

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

| Тема работы |
|--|
| Управление прибылью предприятия |

УДК 658.155.2.012-048.78

Студент

| Группа | ФИО | Подпись | Дата |
|--------|-----------------|---------|------|
| 3А4А | Бакытбек Касиет | | |

Руководитель

| Должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|------------|--------------|---------------------------|---------|------|
| Доцент ШИП | Жданова А.Б. | к.э.н. | | |

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

| Должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|------------------------------------|-----------------------------|---------------------------|---------|------|
| Старший преподаватель ОСГН ШБИП | Феденкова Анна Сергеевна | кандидат наук | | |

Нормоконтроль

| Должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|------------------------------|-------------------------------|---------------------------|---------|------|
| Старший преподаватель ШИП | Громова Татьяна Викторовна | старший преподаватель | | |

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

| Руководитель ООП | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|---------------------|--------------|---------------------------|---------|------|
| Доцент ШИП | Юдахина О.Б. | к.э.н | | |

Томск - 2018г.

38.03.02 Менеджмент

| Код | Результат обучения |
|-------------------------------------|---|
| <i>Универсальные компетенции</i> | |
| P1 | Использовать фундаментальные научные знания в сфере профессиональной деятельности для постановки и решения новых задач |
| P2 | Осуществлять коммуникации в профессиональной среде и в обществе в целом, в том числе на иностранном языке, презентовать и защищать результаты профессиональной деятельности |
| P3 | Демонстрировать знания социальных и экологических аспектов хозяйственной деятельности, осведомленность в вопросах охраны здоровья и безопасности жизнедеятельности. |
| P4 | Активно пользоваться основными методами и средствами получения и переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией на современном уровне. |
| P5 | Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности |
| <i>Профессиональные компетенции</i> | |
| P6 | Применять знания основ функционирования экономической системы на разных уровнях для анализа и прогнозирования социально-значимых проблем и процессов, происходящих в обществе. |
| P7 | Применять знания экономики предприятия для повышения эффективности хозяйственной деятельности. |
| P8 | Применять теоретические знания менеджмента в практике управления предприятием |
| P9 | Разрабатывать и реализовывать стратегию управления человеческими ресурсами предприятия в целях решения стратегических и оперативных задач |
| P10 | Строить стандартные теоретические и эконометрические модели исследуемых процессов и объектов в целях эффективного управления предприятием. |
| P11 | Применять инструменты маркетинга и методы социологических исследований для обеспечения конкурентоспособности предприятия |
| P12 | Применять методы учета имущества, доходов, расходов и результатов деятельности организаций для формирования учетной политики, анализировать финансовую отчетность предприятий в целях принятия управленческих решений |
| P13 | Использовать правовые нормы в документировании и управлении деятельностью предприятия. |
| P14 | Организовывать, управлять и совершенствовать бизнес-процессы промышленного предприятия, в том числе производственные и логистические процессы, в целях повышения эффективности его функционирования и развития. |
| P15 | Организовывать и оценивать эффективность создания новых бизнес-структур |
| P16 | Оценивать эффективность и риски реальных и финансовых инвестиций предприятия |
| P17 | Управлять операционной и финансовой деятельностью предприятия для обеспечения развития и роста стоимости капитала собственников |

Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
 образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ
 УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства
 Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

УТВЕРЖДАЮ:
 Руководитель ООП
 Юдахина О.Б.

 (Подпись) (Дата)

ЗАДАНИЕ
на выполнение выпускной квалификационной работы в

форме:

| |
|---------------------|
| Бакалаврской работы |
|---------------------|

(бакалаврской работы, дипломной работы, магистерской диссертации)

Студенту:

| Группа | ФИО |
|--------|------------------|
| 3А4А | Бакытбек Касиету |

Тема работы:

| |
|---|
| Управление прибылью предприятия |
| Утверждена приказом директора (дата, номер) |

Срок сдачи студентом выполненной работы:

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

| | |
|--|--|
| <p>Исходные данные к работе <i>(наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).</i></p> | <p>Объектом исследования является финансовое состояние предприятия общества с ограниченной ответственностью «Рекгрупп». Для анализа были предоставлены следующие документы:</p> <ul style="list-style-type: none"> — финансовые отчеты ООО «Рекгрупп» — нормативные документы ООО «Рекгрупп» — учебные материалы |
| <p>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов <i>(аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> — Теоретические аспекты управления прибылью на предприятия — Анализ показателей прибыльности и рентабельности предприятия ООО «Рекгрупп» — Основные направления повышения рентабельности деятельности предприятия на примере ООО «Рекгрупп» — Социальная ответственность ООО «Рекгрупп» |
| <p>Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы (с указанием</p> | |

| | |
|----------------------------|--------------------------|
| разделов) | |
| Раздел | Консультант |
| Социальная ответственность | Феденкова Анна Сергеевна |

| | |
|---|--|
| Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику | |
|---|--|

Задание выдал руководитель:

| Должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|------------|------------------------|------------------------|---------|------|
| Доцент ШИП | Жданова Анна Борисовна | к.э.н. | | |

Задание принял к исполнению студент:

| Группа | ФИО | Подпись | Дата |
|--------|-----------------|---------|------|
| 3А4А | Бакытбек Касиет | | |

Реферат

Выпускная квалификационная работа содержит 90 страниц, 13 рисунков, 31 таблица, 20 использованных источников, 2 приложения.

Ключевые слова: прибыль, себестоимость, выручка, рентабельность, финансовое состояние, платежеспособность, показатель, управление, эффективность.

Объектом исследования является финансовое состояние предприятия общества с ограниченной ответственностью «Рекгрупп».

Цель работы – проанализировать финансовые результаты предприятия, определить взаимосвязи между изменением выручки и отдельных элементов затрат для планирования прибыли на последующие периоды.

Задачами данной выпускной квалификационной работы являлись следующие:

- Анализ финансового состояния предприятия;
- Сегментный анализ;
- Анализ деятельности по регионам;
- Планирование увеличения выручки на последующий период;

В первом разделе было рассмотрено сущность прибыли и методы управления прибылью и рентабельности.

Во втором разделе проведен анализ основных финансовых показателей исследуемого предприятия. Представлена структура и динамика выручки и прибыли за 2017 год по месяцам.

В третьем разделе представлены основные направления повышения рентабельности исследуемого предприятия. На основе полученных данных сделано планирование увеличения объема реализации в два раза за 2018.

В четвертом разделе описана социальная ответственность предприятия ООО «Рекгрупп».

Оглавление

| | |
|---|----|
| Реферат | 5 |
| Введение | 7 |
| 1 Теоретические аспекты управления прибылью на предприятии | 9 |
| 1.1 Сущность и функция прибыли и рентабельности предприятия | 9 |
| 1.2 Виды и методика анализа показателей рентабельности предприятия | 13 |
| 1.3 Основные модели управления рентабельностью | 17 |
| 2 Анализ показателей прибыльности и рентабельности предприятия ООО «Рекгрупп» | 29 |
| 2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия | 29 |
| 2.2 Анализ основных финансово-экономических показателей предприятия | 34 |
| 2.3 Анализ рентабельности продукции предприятия ООО «Рекгрупп» | 53 |
| 3 Основные направления повышения рентабельности деятельности предприятия на примере ООО «Рекгрупп» | 65 |
| 3.1 Анализ зависимости между выручкой и себестоимостью продукции | 65 |
| 3.2 Регрессионный анализ и формирования финансовой модели зависимости затрат от выручки | 68 |
| 3.3 Анализ структуры непроизводственных затрат предприятия и планирование на 2018 г. | 70 |
| 3.4 Планирование финансовых показателей на 2018 год | 71 |
| 4 Социальная ответственность ООО «Рекгрупп» | 76 |
| Заключение | 85 |
| Список использованных источников | 87 |
| Приложение А Бухгалтерский баланс ООО «Рекгрупп» | 90 |
| Приложение Б Отчет о прибылях и убытках ООО «Рекгрупп» | 91 |

Введение

Тема данной выпускной квалификационной работы связана с прибылью, которая оценивает эффективность деятельности предприятия, рассматривая как важный показатель. В рыночной Экономике важную роль играет прибыль, так как себестоимость, цены, кредиты, инвестиции, и прочие виды финансов связаны с прибылью от которого зависит финансовое положение предприятия, и часть из прибыли предприятия является основным источником формирования бюджета государства, которая позволяет осуществлять планируемые программы для развития экономики страны.

Прибыль как один из основных показателей эффективности дает возможность финансировать и расширять производственную деятельность для дальнейшего развития предприятия.

В последнее время в России получить высокую рентабельность стала очень сложной, именно такие факторы как: курс рубля, жесткая кредитная политика, несовершенство налоговой системы, постоянно меняющихся нормативных акт - всё это очень негативно влияют на деятельность предприятия.

Каждое предприятие таким способом, как капиталовложения способствует дальнейшему развитию производства, потому как показателем прибыли и рентабельности является обобщающий показатель экономической эффективности производства. Для собственника и для инвесторов данные показатели играют важную роль. Поскольку эти показатели означают обобщающий фактор экономической эффективности производства. Эти показатели нужно подробно изучить и провести анализ. Рентабельность имеет такое значение как доходность, прибыльность предприятия. Она рассчитывается путем сопоставления прибыли или валового дохода с затратами.

В данной работе в качестве объекта исследования является производственная деятельность швейной компании ООО «Рекгрупп».

Объектом исследования выступает прибыль компании ООО «Рекгрупп»

Цель работы – проанализировать финансовые результаты предприятия, определить взаимосвязи между изменением выручки и отдельных элементов затрат для планирования прибыли на последующие периоды.

Задачами данной выпускной квалификационной работы являются следующие:

- Анализ финансового состояния предприятия;
- Сегментный анализ;
- Анализ деятельности по регионам;
- Планирование увеличения выручки на последующий период;

Информационной базой для исследования являются данные финансовой отчетности данной компании.

В первом разделе работы описаны теоретическая часть, виды и методы управления прибылью, понятия и виды прибыли и рентабельности.

Во втором разделе проведен анализ основных финансовых показателей исследуемого предприятия. Представлен анализ структуры и динамики выручки и прибыли за 2017 год.

В третьем разделе представлены основные направления повышения рентабельности исследуемого предприятия. На основе полученных данных сделано планирование увеличения объема реализации в два раза на 2018.

В четвертом разделе описана социальная ответственность предприятия ООО «Рекгрупп».

1 Теоретические аспекты управления прибылью на предприятии

1.1 Сущность и функция прибыли и рентабельности предприятия

Прибыль является конечным финансовым результатом производственно-хозяйственной деятельности предприятия, показатель ее эффективности, источник формирования запасных денежных ресурсов, а также часть прибыли является частью дохода в бюджет государства [1].

Прибыль - это основная цель любой предпринимательской деятельности. Это разность между всеми доходами и расходами предприятия.

Прибыль используется в качестве движущей силой предпринимательской деятельности, является основой расширенного воспроизводства и основной ресурсной базой предприятия.

Прибыль – это показатель эффективности производства, объем и качество продукции, состояние производительности труда и уровень себестоимости. Поэтому анализ финансовых результатов деятельности фирмы – это одна из важнейших составленных частей анализа ее финансового состояния [2].

Роль прибыли в деятельности предприятия очень важна. Так как за счет прибыли предприятия покупает новое оборудование и создает резервный капитал. Таким образом увеличивает собственный капитал и расширяет свое производство. Прибыль является основным финансовым инструментом деятельности предприятия. Именно такие как собственники предприятия и инвесторы, большинства заинтересованы ею. Так же в повышении прибыли производства на предприятиях заинтересовано и государство, для которого налог на прибыль является источником повышения доходной части бюджета государства.

Прибыль – это абсолютный показатель эффективности, показатель повышения выручки над затратами или доходов над расходами. Определяется как: разница между доходами и расходами. В случае если доходы окажутся

меньше расходов, компания получит убыток. За счет прибыли собственный капитал компании растет, за счет убытка – уменьшается [3].

Прибыль, ожидаемую получить в будущем от вложенного капитала в свой или иной вид бизнеса, не является гарантированной. Она является результатом только успешного и умелого осуществления этого бизнеса. Также в процессе ведения бизнеса после неудачных действий предпринимателя или объективных причин внешнего характера, он может лишиться прибыли, в худшем случае частично или полностью потерять вложенный капитал. В определенной мере прибыль также является платой за риск осуществления предпринимательской деятельности.

С увеличением прибыли появляются потенциальные возможности предприятия, таким образом повышается уровень конкурентоспособности предприятия. От размера полученной прибыли определяются доходы собственников и размер дивидендов учредителей. Также по прибыли определяется рентабельность собственных и заемных средств, основных фондов, рентабельность каждой акции.

Для анализа получения прибыли предприятие использует данные отчета о прибылях и убытках и бухгалтерского баланса. Отчет о прибылях и убытках характеризует финансовые результаты за отчетный период, т.е. предприятия путем сопоставления расходов и доходов показывает, предприятие получило прибыль или убыток. [4].

В настоящее время в бухгалтерском учете выделяют несколько видов прибыли, такие как: валовая прибыль, прибыль от продаж (операционная прибыль), прибыль до налогообложения, прибыль от обычной деятельности, чистая прибыль.

Валовая прибыль рассчитывается: выручка от продажи товаров минус себестоимость проданных товаров.

Валовая прибыль – это разница между выручкой от продажи и себестоимостью товаров или выполненных работ. Выручку от реализации

товаров, продукции, работ и услуг называется доходом от обычных видов деятельности. Прибыль от продаж представляет собой валовую прибыль если вычесть управленческие и коммерческие расходы.

Прибыль от продаж с учетом прочих доходов и расходов, которые подразделяется на операционные и внереализационные называется прибылью до налогообложения.

Прибыль от продаж = валовая прибыль - коммерческие расходы - управленческие расходы.

Если вычесть из прибыли до налогообложения суммы налога на прибыль и других аналогичных обязательных платежей, то это – прибыль от обычной деятельности.

Прибыль до налогообложения – это операционная прибыль за минусом разницы внереализационных доходов-расходов и расходов по оплате процентов.

Прибыль до налогообложения = прибыль от продаж +/- сальдо операционных доходов и расходов +/- сальдо внереализационных доходов и расходов.

Прибыль от обычных видов деятельности = прибыль до налогообложения - налог на прибыль и иные аналогичные обязательные платежи.

Прибыль, которая остается после вычета всех затрат и налогов называется чистой прибылью [5].

Прибыль – это расчетный показатель, который показывает какое количество денежных средств можно считать своим из полученного дохода. В зависимости от включаемых затрат ее размер может значительно меняться. Состав доходов и расходов и порядок их учета регулируется законодательством «Отчет о прибылях и убытках» и правилами бухгалтерского учета «Бухгалтерский баланс» [6].

Если деятельность предприятия приносит прибыль, то это означает,

что доходы предприятия превышают его расходы. Достаточность прибыли оценивается по тому, сколько денежных средств вкладывается, чтобы получить положительный результат. То есть важна не прибыль, а прибыльность. уровень прибыльности характеризуется системой коэффициентов рентабельность, важнейшими из которых является «коэффициент рентабельности собственного капитала» и «коэффициент рентабельности активов»

Рентабельность предприятия это отношение полученного финансового результата к ресурсам, затраченным на его достижение.

В качестве финансового результата выступают:

- валовой прибыль;
- операционной прибыль;
- чистая прибыль.

В качестве показатели ресурсов, затрачиваемых на достижение финансового результата:

- выручка, затраты;
- имущество предприятия.

Рентабельность это обзорный показатель качества работы предприятия, так как при сумме полученной прибыли самую полную качественную оценку производственно-хозяйственной деятельности предприятия дает величина рентабельности и изменение он представляет собой отношение прибыли к производственным фондам или к себестоимости продукции.

Рентабельность – показатель эффективности, выгодности доходности производства предприятия. Она выражается в процентах. Рассчитывается с помощью ряд показателей, которые полученные за определенный период работы предприятия. С помощью данного показателя можем видеть доходность производственной, коммерческой, инвестиционной деятельности предприятия, также анализировать прибыльность производства отдельных

видов продукции или услуг. Показатели рентабельности более точно показывают окончательные результаты деятельности предприятия, так как их величина отражает соотношение эффективности вложенного капитала или потребленных ресурсов.

Рентабельность – соотношение доходов и расходов. Если по итогам определенного количества времени бизнес принёс прибыль, то этот бизнес считается рентабельным.

Рентабельность прибыли высчитывается для того, чтобы определить эффективность деятельности предприятия. В процессе подробно изучаются все показатели организации. На основе анализа показателей рентабельности составляются прогнозы, проявляются потенциалы роста и неэффективные издержки, после принимаются решения для устранения проблем

Когда рассчитывается рентабельность прибыли анализ показателей проводят отдельно по расходной и доходной части предприятия, при этом используют определённые формулы. Многие данные берутся из финансовой отчётности предприятия, которая постоянно составляется и подаётся в учреждение статистического учёта.

Таким образом, роль прибыли в рыночной экономике очень важна для собственника предприятия и инвестора. Так как она обеспечивает экономическую стабильность предприятия и формирование собственного капитала, и бюджет. Что способствует дальнейшему развитию предприятия.

1.2 Виды и методика анализа показателей рентабельность предприятия

В экономике рассматривают несколько видов рентабельности:

- от долгосрочных вложений в различные финансовые проекты.

Рассчитывается, чтобы определить доходность таких инвестиций;

- от реализации продукции. Её показатель зависит от общего объёма продажи за отчётный месяц и всех расходов за производство и реализации.;

- общая. Этим расчётом можно определить соотношение всех активов предприятия к его балансовой прибыли. Полученные показатели помогают оценить эффективность использования активов;

- от капитала. В основном, рентабельность прибыли от капитала рассчитывается для эффективного использования собственных и инвестиционных денежных средств. С помощью расчётов можно узнать приносит предприятие доход или нет;

- от единицы продукции, которая определяется как соотношение себестоимости единицы продукции к прибыли за определённый период.

Рентабельность оценивает эффективность важнейших факторов производства. Выделяют следующие виды рентабельности:

- рентабельность продаж;
- рентабельность активов;
- рентабельность основного капитала;
- рентабельность собственного капитала;
- рентабельность продукции.

Рентабельность продаж представляет собой отношение прибыли от продаж к выручке и выражается в процентах. Чем выше рентабельность продаж, тем лучше. Она показывает уровень спроса на продукцию, то есть насколько правильно субъект экономики правильно выбрал товарный ассортимент и товарную стратегию [10].

Рентабельность продаж определяется по формуле:

$$R = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Выручка}} * 100\% \quad (1)$$

Рентабельность активов показывает эффективность использования всех активов предприятия. К активам предприятия относят внеоборотные и оборотные активы.

Рентабельность активов показывает, сколько прибыли получено со стоимости активов независимо от источника привлечения средств.

Рентабельность активов определяется по формуле:

$$ROA = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{CA_{\text{ср}}} * 100\% , \text{ где:} \quad (2)$$

ROA - уровень рентабельности активов, %;

CA_{ср} - средняя величина активов предприятия (валюта баланса) за период, руб.

Средняя стоимость активов предприятия за период определяется по формуле:

$$S_{\text{активов}}^{\text{ср}} = \frac{S_{\text{активов}}^{\text{нп}} + S_{\text{активов}}^{\text{кп}}}{2}, \text{ где:} \quad (3)$$

Где $S_{\text{активов}}^{\text{нп}}$ - стоимость активов предприятия на начало периода;

$S_{\text{активов}}^{\text{кп}}$ - стоимость активов предприятия на конец периода.

Этот показатель рентабельности показывает эффективность использования основного капитала. Основным капиталом являются внеоборотные активы предприятия.

Рентабельность основного капитала определяется по формуле:

$$R_{\text{осн.кап}} = \frac{БП}{S_{\text{осн.кап}}^{\text{ср}}} * 100\%, \text{ где:} \quad (4)$$

БП - прибыль до налогообложения (балансовая прибыль) за период;

$S_{\text{осн.кап}}^{\text{ср}}$ - средняя стоимость основного капитала предприятия за период.

Средняя стоимость основного капитала предприятия за период определяется по формуле:

$$S_{\text{осн.кап}}^{\text{ср}} = \frac{S_{\text{осн.кап}}^{\text{нп}} + S_{\text{осн.кап}}^{\text{кп}}}{2} * 100\%, \text{ где:} \quad (5)$$

$S_{\text{осн.кап}}^{\text{нп}}$ - стоимость основного капитала предприятия на начало периода;

$S_{\text{осн.кап}}^{\text{кп}}$ - стоимость основного капитала предприятия на конец периода.

Этот показатель рентабельности показывает эффективность использования собственных средств. Рентабельность собственного капитала показывает, сколько чистой прибыли получают акционеры, собственники предприятия с одного рубля собственных средств.

Рентабельность собственного капитала предприятия определяется по формуле:

$$ROE = \frac{\text{Чистая прибыль}}{СК_{\text{ср}}} * 100\%, \text{ где:} \quad (6)$$

ROE - уровень рентабельности собственного капитала, %;
СК_{ср} - средняя величина собственного капитала за период, руб.

Средняя стоимость собственного капитала за период определяется по формуле:

$$S_{\text{СК}}^{\text{ср}} = \frac{S_{\text{СК}}^{\text{нп}} + S_{\text{СК}}^{\text{кп}}}{2} * 100\%, \text{ где:} \quad (7)$$

$S_{\text{СК}}^{\text{нп}}$ - величина собственного капитала на начало периода;
 $S_{\text{СК}}^{\text{кп}}$ - величина собственного капитала на конец периода.

Рентабельность продукции показывает более выгодную для производства продукцию. Себестоимость продукции не должна превышать затраты. Рентабельность продукции показывает сколько предприятие получает прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции. Этот показатель рассчитывают по предприятию и по отдельным подразделениям или видам продукции.

Рентабельность продукции определяется по формуле:

1. Рентабельность всей реализованной продукции:

$$P_{\text{продукции}} = \frac{\text{прибыль(убыток) от реализации продукции}}{\text{полная себестоимость продукции}} * 100\% \quad (8)$$

2. Рентабельность отдельных видов продукции ($P_{\text{в.пр}}$):

$$P_{\text{в.пр}} = \frac{P_{\text{ед}}}{C_{\text{ед}}}, \text{ где:} \quad (9)$$

$P_{\text{в.пр}}$ – рентабельность отдельного вида продукции, %;
 $P_{\text{ед}}$ – цена i -того вида продукции, руб.;
 $C_{\text{ед}}$ – себестоимость i -того вида продукции, руб.

Таким образом рентабельность характеризует результативность деятельности предприятия. Показатели рентабельности дают возможность для оценки прибыли, которую получает предприятие с каждого рубля средств, вложенных в активы компании.

1.3 Основные модели управления рентабельностью

Для эффективной деятельности компании необходимо управлять рентабельностью, тем самым управляя экономической деятельностью всего производства, анализируя перспективы развития и оценка возможностей. Для анализа деятельности компании показатель прибыли обычно соотносят с некоторыми базами, чтобы получить показатели рентабельности. Основная цель управления рентабельностью является получение отчета по деятельности компании и ее других подразделений. Информация из отчета необходима, чтобы принять тактические, оперативные и стратегические управленческие решения.

При управлении рентабельностью имеется два направления: управление прибылью (числитель показателя рентабельности) и управление базой формирования прибыли (знаменатель показателя рентабельности).

При расчете коэффициентов рентабельности используются различные базы, это влияет не только на воздействие факторов формирования прибыли, а также и на выбор структуры активов, видов производственной деятельности, источников финансирования.

Рентабельность капитала – это главная оценка деятельности компании. Поэтому компании стремятся управлять базовыми факторами, которые влияют на значение этих показателей. Один из самых известных подходов к выявлению факторов является модель «Дюпон». Модель Дюпона в основном используют для анализа финансовых коэффициентов, чтобы определить потенциал компании в увеличении коэффициента рентабельности собственного капитала.

Двухфакторная модель Дюпона.

Эта модель изначально была представлена в виде двух факторов, которые влияют на рентабельность активов (ROA) компании. Модель довольно простая, с ее помощью можно легко найти величину доходности капитала.

Формула выглядит следующим образом:

$$ROA = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Средняя величина активов}} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{выручка}} * \frac{\text{Выручка}}{\text{средняя величина активов}}, \quad (10)$$

$$ROA = ROS * Koa, \text{ где} \quad (11)$$

ROA - коэффициент рентабельности активов;

ROS - коэффициент рентабельности продаж;

Koa - коэффициент оборачиваемости активов.

Эта модель указывает на взаимосвязь между рентабельностью активов, которая указывает на эффективность деятельности компании, и двумя факторами: рентабельность продаж и оборачиваемость активов. Данная модель дает возможность для оценки эффективности системы продаж компании, а также интенсивность использования активов для формирования рентабельности компании. Но с помощью этой формулы нет возможности для определения факторов, которые оказывают влияние на рентабельность собственного капитала.

$$ROE = ROA \times LR, \text{ где} \quad (12)$$

ROE - рентабельность собственного капитала;

LR - коэффициент капитализации (коэффициент финансового рычага).

Данная формула дает возможность узнать, как прибыльность деятельности предприятия и уровень предпринимательских рисков влияют на рентабельность, показанный в коэффициенте финансового рычага.

В 1892 году эту идею опубликовал Альфред Маршал в книге «Элементы отраслевой экономики». Но именно фирма Дюпонт внедрила эти теоретические идеи в практику.

Трехфакторная модель Дюпона.

Позже двухфакторная модель была составлена модифицированная факторная модель. В практике для анализа больше всего используется именно трехфакторная модель. В этой структуре имеются признаки, характеризующие производственные и финансовые факторы деятельности компании. Эти модели отличаются факторами в наиболее детальном выделении. [11]. Схема модели представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Модифицированная факторная модель

В трехфакторной модели используется коэффициент рентабельности собственного капитала, которая представлена в виде интегрального показателя эффективности деятельности компании, взаимосвязывая рентабельность собственного капитала и три основные финансовые показатели компании: рентабельностью продаж, оборачиваемость активов и финансовые рычаги. Эти показатели заключают все стороны финансово-хозяйственной деятельности компании, статистику, динамику и бухгалтерскую отчетность компании. Формула расчета:

$$ROE = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Соб кап}} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{выручка}} * \frac{\text{Выручка}}{\text{средняя величина активов}} * \frac{\text{Активы}}{\text{Соб Кап}} \quad (13)$$

$$ROE = ROS * Koa * LR, \text{ где:} \quad (14)$$

ROE - рентабельность собственного капитала;

ROS - рентабельность продаж;

Koa - коэффициент оборачиваемости активов;

LR - коэффициент капитализации. (коэффициент финансового рычага).

Эта модель показывает, что эффективность системы продаж компании можно определить с помощью рентабельности собственного капитала и инвестиционной привлекательностью компании.

Во время анализа собственного капитала в пространственно-временном аспекте необходимо брать в учет три ключевые особенности этого показателя:

- временной аспект деятельности предприятия;
- риск;
- проблема оценки.

Временной аспект деятельности предприятия – результат отчетного периода деятельности компании определяют коэффициентом рентабельности продаж, но он не показывает вероятный и планируемый эффект долгосрочных инвестиций. При переходе организации на новые перспективные технологии или новую продукцию, которые требует больших инвестиций, показатели рентабельности временно пойдут на спад. Но при правильной стратегии затраты могут окупиться. Поэтому снижение рентабельности в этот период можно не считать, как негативное явление деятельности компании.

Риск – у многих компании всегда есть выбор: рискнуть и получить большую прибыль или не рисковать и довольствоваться стабильной прибылью. Коэффициент финансовой зависимости является показателем рискованности бизнеса. Риск повышается в соответствии повышения данного коэффициента.

Проблема оценки – в показателе рентабельности собственного капитала числитель и знаменатель выражаются в денежной единице разной

покупательной способности. Числитель показателя (прибыль) показывает результаты деятельности и уровень цен (товаров и услуг), которые были установлены за прошедший период. Знаменатель показателя (собственный капитал) складывается в течение нескольких лет, который выражается в учетной оценке и может отличаться от текущей оценки [8].

Нужно брать к сведению, что учетная оценка собственного капитала не имеет отношение к будущим доходам и учитывать, что престиж организации, торговая марка, современные технологические новшества, высококвалифицированный управленческий персонал не имеют денежной оценки и не могут быть отражены в балансе. Эти причины могут увеличивать цену акций, по сравнению с ее учетной стоимостью. Поэтому высокое значение коэффициента рентабельности собственного капитала не равно высокой отдаче на инвестируемый в фирму капитал.

Пятифакторная модель Дюпона

Трехфакторная модель Дюпона может быть дополнена в пятифакторную. При анализе есть возможность ввести существенные факторы для характеристики деятельности фирмы такие как: операционная прибыль, проценты за пользование заемным капиталом, налоговая нагрузка. У трехфакторной модели после дополнения появляются дополнительные аналитические возможности.

Формула пятифакторной модели Дюпона:

$$ROE = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Прибыль до налога}} = \frac{\text{Прибыль до налога}}{\text{Прибыль до нал и вып \%}} * \frac{\text{ПДН}}{\text{Выручка}} * \frac{\text{Выручка}}{\text{Активы}} * \frac{\text{Активы}}{\text{Соб кап}} \quad (15)$$

$$ROE = TB \times IB \times ROS \times Koa \times LR, \text{ где:} \quad (16)$$

ПДН – прибыль до налога и выплаты %

TB - коэффициент налогового бремени;

IB - коэффициент процентного бремени;

ROS - рентабельность продаж;

Koa - коэффициент оборачиваемости активов;

LR - коэффициент капитализации.

Разница между пятифакторной и трехфакторной модели является

декомпозиция коэффициента рентабельности продаж для определения степени влияния уплачиваемых процентов и налогов на рентабельность собственного капитала.

Главное преимущество модели Дюпона является простота расчета и анализа. С ее помощью возможно определить сильные и слабые стороны предприятия. После определения источников проблем, может составляться стратегия для повышения рентабельности капитала менеджментом компании. Но в данной модели также имеются свои недостатки, так как бухгалтерская отчетность не является полностью надежным источником информации о деятельности предприятия. Поэтому, финансовая отчетность предприятия может быть искажена, чтобы сократить уязвимые места бизнеса. Но все же, с помощью модели Дюпона можно быстро дать оценку компании и ее привлекательности для акционеров.

Маржинальный анализ используют, чтобы определить как на операционную прибыль предприятия влияет изменения объемов реализации. С помощью маржинального анализа можно оценить изменение операционной прибыли при изменении выручки. Ее основой является деление затрат на постоянные и переменные:

Переменные затраты – это затраты, которые изменяются в зависимости от изменения объемов производства и продаж. Переменные затраты могут быть и прямыми, и косвенными. Косвенными затратами можно назвать, если нужно распределить, следовательно, некоторых баз распределения на несколько видов товаров.

Постоянные затраты – это затраты, которые меняются вне зависимости от изменения объемов деятельности и не меняется в некотором промежутке изменения объемов деятельности. Постоянные затраты производства соответственно себестоимости продукции называются косвенными.

Предприятие может снизить выручку в зависимости от приложенных

сил воздействия операционного рычага. Это используют, чтобы прогнозировать сумму прибыли при изменении объёма продаж. Сила воздействия операционного рычага увеличивается пропорционально уровню постоянных затрат. Маржинальная прибыль и операционная прибыль обязательно рассчитываются для одинакового объема реализации.

Нужно учитывать, чтоб показатели операционной прибыли и прибыли от продаж за предыдущий год не совпадали.

Маржинальный анализ дает возможность узнать максимальное увеличение прибыли при полной загрузке производственных мощностей и отсутствии складских остатков готовой продукции. Максимальная производственная мощность рассчитывается в соответствии данных о загруженности производственных мощностей.

Базовая формула

$$\Pi_{\text{опр}} = P * Q * N, \text{ где} \quad (17)$$

$\Pi_{\text{опр}}$ – операционная прибыль

P – цена

Q – количество удельных переменных

N – количество постоянных затрат

Корреляция – это статистическая зависимость между случайными величинами, которые не имеют строго функциональный характер, при котором изменение одного из случайных величин влияет на изменение математического ожидания другого.

В статистике имеются три виды зависимостей:

- парная корреляция – это связь между двумя признаками ;
- частная корреляция – это зависимость между результативным и одним факторным признаками при фиксированном значении других факторных признаков;
- множественная корреляция – это зависимость результативного и двух или более факторных признаков, включенных в исследование.

Теснота связи количественно выражается величиной коэффициентов корреляции. С помощью величины коэффициента корреляции можно

оценивать соответствия уравнения регрессии выявленным причинно-следственным связям.

Корреляционный метод используют для количественного определения тесноты связи между двумя признаками (при парной связи) и между результативным и множеством факторных признаков (при многофакторной связи).

Поле корреляции – это поле точек, на котором каждая точка соответствует единице совокупности; координаты определяются значениями признаков x и y .

Корреляционные связи проявляются не в единичных случаях, а в массе, что и является ее характерной особенностью. Количественные критерии оценки тесноты связи различаются по ее степени тесноты связи. (табл. 1)

Таблица – 1 Количественные критерии оценки тесноты связи

| Величина коэффициента корреляции | Характер связи |
|----------------------------------|-------------------------|
| До $ \pm 0,3 $ | практически отсутствует |
| $ \pm 0,3 $ _ $ \pm 0,5 $ | слабая |
| $ \pm 0,5 $ _ $ \pm 0,7 $ | умеренная |
| $ \pm 0,7 $ _ $ \pm 1,0 $ | сильная |

Собственно-корреляционные параметрические методы изучения связи. Оценка существенности корреляции. Главной задачей количественного измерения взаимосвязи социально-экономических явлений и ее изучения является измерение тесноты и направления связи. Оценка тесноты связи между признаками подразумевает определение меры соответствия вариации результативного признака от одного или нескольких факторов.

В начале 1890-х гг. Пирсон, Эджворт и Велдон ввели линейный коэффициент корреляции, который характеризует тесноту и направление связи между двумя коррелируемыми признаками, если между ними есть линейная зависимость.

В теории разработаны и на практике применяются различные

модификации формул для расчета данного коэффициента:

$$r = \frac{\overline{(x - \bar{x}) \cdot (y - \bar{y})}}{\sigma_x \cdot \sigma_y} \quad (18)$$

Следующие модификации дают возможность получить следующую формулу линейного коэффициента корреляции:

$$r = \frac{n \cdot \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2] \cdot [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}} \quad (19)$$

формулы (19), используются для изучения совокупностей малого объема ($n \leq 20 \div 30$).

Линейный коэффициент корреляции имеет большое значение при исследовании социально-экономических явлений и процессов, распределение которых близко к нормальному.

Линейный коэффициент корреляции изменяется в пределах от -1 до 1: $-1 \leq r \leq 1$. Знаки коэффициентов регрессии и корреляции совпадают.

Таблица 2 – Оценка линейного коэффициента корреляции

| Значение линейного коэффициента связи | Характер связи | Интерпретация связи |
|---------------------------------------|----------------|---|
| $r = 0$ | Отсутствует | - |
| $0 < r < 1$ | Прямая | С увеличением x увеличивается y |
| $-1 < r < 0$ | Обратная | С увеличением x уменьшается y |
| $r = 1$ | Функциональная | Каждому значению факторного признака строго соответствует одно значение результативного признака. |

Одновременно с корреляцией начала использоваться регрессия. Корреляция и регрессия тесно связаны между собой: корреляция оценивает силу (тесноту) статистической связи, регрессия исследует ее форму. Та и другая служат для установления соотношения между явлениями, для определения наличия или отсутствия связи [19].

Корреляционный и регрессионный анализ как общее понятие включает в себя измерение тесноты связи, направление связи и установление

аналитического выражения (формы) связи.

Регрессией [regression] является зависимость среднего значения случайной величины от некоторой другой величины или нескольких величин.

Регрессионный метод определяет аналитическое выражение связи, где к изменению одной величины привело под влиянием одной или нескольких независимых факторов, а также другие факторы, которые оказывают влияние на зависимую величину, принимается за постоянные и средние значения. Регрессия может быть однофакторной (парной) и многофакторной (множественной).

Парная регрессия характеризует связь между двумя признаками: результативным и факторным. Аналитически связь между ними описывается уравнениями:

Прямой
$$\overline{y_x} = a_0 + a_1 x$$
 (20)

Параболы
$$\overline{y_x} = a_0 + a_1 x + a_2 x^2$$
 (21)

Гиперболы
$$\overline{y_x} = a_0 + a_1 \cdot \frac{1}{x}$$
 и т.д. (22)

Для того, чтобы определить тип уравнения нужно исследовать зависимость графически. Но также существуют другие указания, которые позволяют выявить уравнения связи, не используя графическое изображение. В случае, если результативный и факторный признаки увеличиваются одинаково в арифметической прогрессии, это показывает о наличии линейной связи между ними, а при обратной связи – гиперболической. Когда факторный признак возрастает в арифметической прогрессии быстрее, чем результативный, нужно использовать параболическую или степенную функцию.

Задача регрессионного анализа заключается в построении модели, которая дает возможность получать оценки значений зависимой переменной по значениям независимых показателей. Регрессионный анализ – это основное средство исследования зависимостей между социально-экономическими переменными.

Статистические данные обладают ошибками упрощения, которые возникают как следствие:

- неполного охвата, так как часть единиц совокупности, которые были получены в результате наблюдения, невозможно использовать в исследовании;
- неполных факторов, которые определяют какое-либо социально-экономическое явление потому, что ни одно уравнение и модель, невозможно включить бесконечное число аргументов;
- характер выбранного уравнения связи. Вне зависимости от того, как хорошо оно было обосновано или теоретически адекватно описывало исследуемое явление, невозможно иметь точный аналог.

В настоящее время регрессионный анализ используют в естественнонаучных исследованиях и в обществоведении. Уравнение регрессии дает возможность определить значение зависимой переменной, если величина независимой или независимых переменных известна. Задачами регрессионного анализа являются установления формы зависимости, определения функции регрессии и использования уравнения для оценки неизвестных значений зависимой переменной.

Основой решения задач является анализ статистических данных, в которых всегда имеются отклонения из-за случайных ошибок. Поэтому имеются специальные методы для оценки уравнения регрессии и отдельных ее параметров.

Для практического использования моделей регрессии весомое значение имеет их адекватность или соответствие фактическим статистическим данным.

Корреляционный и регрессионный анализ в условиях малого и среднего бизнеса используется, чтобы ограничить по объёму совокупности. Поэтому показатели регрессии и корреляции – параметры уравнения регрессии, коэффициенты корреляции и детерминации могут быть изменены воздействием случайных факторов. Чтобы проверить, насколько эти показатели подходят в полной генеральной совокупности, не является ли результат стечения случайных обстоятельств, для этого нужно проверить адекватность построенных статистических моделей.

2 Анализ показателей прибыльности и рентабельности предприятия ООО «Рекгрупп»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

Предприятия в форме общество с ограниченной ответственностью «Рекгрупп» создано в 2016 году в г. Томске, производить качественную современную одежду под брендом «Daisy».



Рисунок 2 – Логотип бренда Daisy

Предприятия ООО «Рекгрупп» производить качественную современную женскую одежду на уровне мировых производителей и является малой компанией в Томске по отрасли производства одежды.

Юридический адрес предприятия: 634009, томская область, город Томск, переулок 1905 года, дом 14/1

Главный офис, шоурум и цех предприятия вместе расположены по адресу г. Томск, ул. Беленца 9/1, 1 подъезд, 3,5 этаж. Почтовый индекс 634050 [7].

Цели: расширит бизнес и распространять бренд в России, стремится стать мировым брендом.

Миссия: создание одежды с душой, которая поможет подчеркнуть стиль совершенной и независимой девушки.

Задачи: удовлетворить потребителей широким спектром швейных изделий на основе собственного эффективного и качественного производства.

ООО «Рекгрупп» под брендом «Daisy» является коммерческой

организацией, его основными видами деятельности являются:

- производство шитые вещи
- производство вязаные вещи
- прочие

ООО «Рекгрупп» на каждый сезон привозит большой ассортимент тканей (порядка 100 видов), что дает возможность заказать для себя в другом цвете или ткани.



Рисунок 3 – Ткани и цех предприятия

ООО «Рекгрупп» использует линейно-функциональную организационную структуру, которой состоит из четырёх подразделений. Каждое из этих подразделений четко знает свои обязанности и конкретную задачу. В настоящее время на предприятии работают примерно 30 человек.

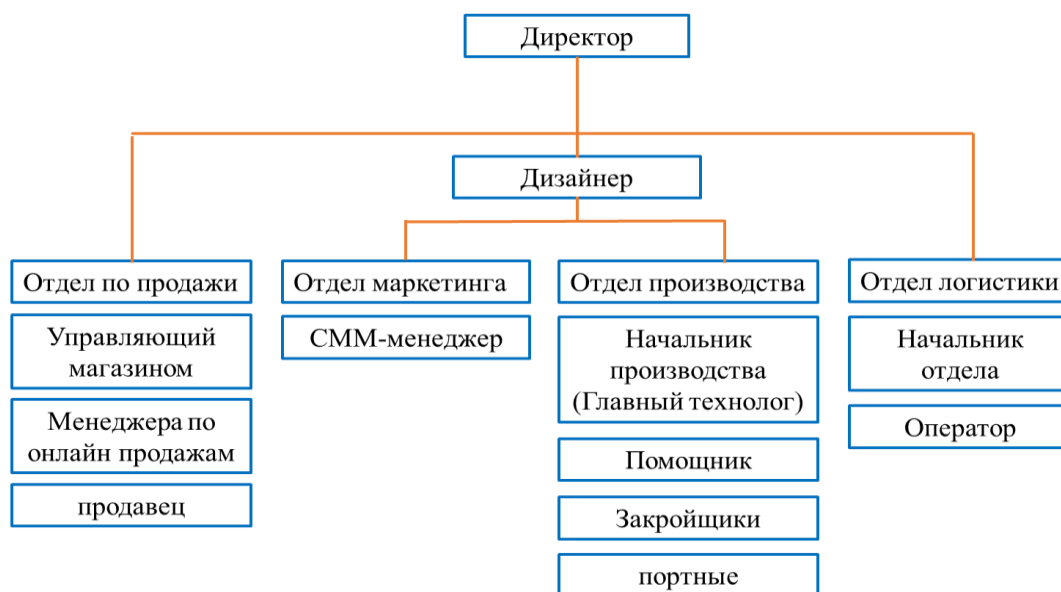


Рисунок 4 – Организационная структура ООО «Рекгрупп»

Оргструктура предприятия состоит из следующих подразделений:

- Главой предприятия является директором. Он осуществляет стратегическое планирование, занимается операционным управлением, ведет финансовые отчеты, контролирует все направления деятельности и принимает рациональные меры решения вопросов.
- За осуществления производства в цехе отвечает начальник цеха. Она контролирует качества изделий и количества материалов и готовой продукции на складе;
- Отдел продаж состоит из менеджера, продавца, кассира и консультанта, который занимаются консультированием по продукции и оформлению заказов, взаимодействуют с покупателями;
- Отдел логистики состоит из менеджера, специалиста по логистике, которые занимается доставкой, транспортировкой товаров;
- Отдел маркетинга состоит из менеджера по маркетингу и маркетолога, они разрабатывают маркетинговой план, рекламируют продукции, стимулирует сбыт.

Все перечисленные подразделение непосредственно подчиняется директору предприятия.

Предприятие «Рекгрупп» определяет рынок по географическим сегментам, и разделяет их на три региона:

- «Томск+интерет»
- «Красноярск+Новосибирск»
- «Екатеринбург»

Регион «Томск+интерет» является основным рынком по продаже, так как само предприятия находится в Томске, что дает возможность напрямую работать с клиентами, предприятия также отправляет товаров и продукции в любой город России по почте. В Томске находится шоурум предприятия куда можно клиентам прийти и выбрать наличий товар либо сделать под заказ. А остальные два региона «Красноярск+Новосибирск» и «Екатеринбург» как

дополнительные рынки, имеющие потенциал спроса в будущем. Предприятия работает через посредников с этими регионами, что усложняет процесс реализации продукции.

Предприятия «Рекгрупп» производит различные виды продукции, например, как:

- шитые продукции,
- вязанные продукции
- прочие.

Для дополнения виды продукции предприятия также продает различных аксессуаров.

Предприятия покупает разновидность ткани из Италии и Китая для производства шитые и вязанные продукции, состав ткани 100% натуральный хлопок.

В группу шитых изделий входит такие изделия как: блуза, куртка, рубашка, юбка, платье, тренч, брюки, свитшот, жакет, ветровка, пальто, кардиган, комбинезон, футболка, свитер, водолазка, рюкзак.

В группу вязанных изделий входит такие изделия как: косынка кашемир, жилет, сарафан, платье, свитер, брюки, шарф, перчатки, брюки, юбка, снуд.

В группу аксессуаров входит такие изделия как: сумка, ремень, пояс, лоферы, кошелек, очки, и т. д.

Основными клиентами предприятия ООО «Рекгрупп» является женское население, которое следит за модой и ценителей брендовой вещей.

Продажа осуществляется в магазине или через интернет. Больше всего продаж осуществляется через интернет, так как предприятие проводит в сети прямые трансляции показов товаров на моделях, и количество зрителей достигает более 2 500 человек.

Производственный цикл продукции предприятия «Рекгрупп» осуществляется по следующей схеме:

Для шитья вещей, предприятие закупается тканью на сезон (на полгода),

ассортимент на месяц нашивают заранее (примерно около месяца) для ежемесячного запуска новинок и реализовывают в течение полу года.

По заказу клиенты могут выбрать и шитые и вязаные вещи по собственным предпочтениям. Срок ожидания заказа достигает 5 - 12 дней, в зависимости от расстояния.

Когда менеджеру поступает заказ, он попадает в программу 1с, менеджер по логистике его обрабатывает, затем передает на производство, в течение одной недели, когда заказ будет готов, после того отправляется клиенту.

Способ ценообразования предприятия осуществляется таким образом:

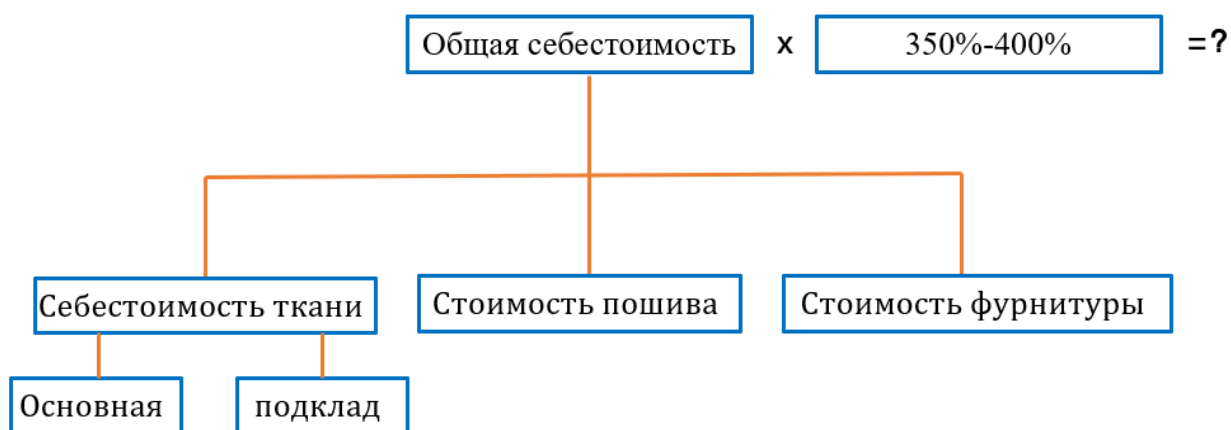


Рисунок 5 – Способ образования цен предприятия ООО «Рекгрупп»

Далее предприятия сравнивает полученную цену с конкурентами, если цена выше цены конкурентов или цены рынка, тогда предприятия снижает цену на продукции, чтобы цена была ниже конкурентов, и клиенты могли купить продукции предприятия.

Предприятия за счет наценки покрывает все накладные расходы, скидки клиентам, акции и распродажи, в итоге останется прибыль.

Предприятия ООО «Рекгрупп» покупает сырьё, материалы

из Италии у таких поставщиков как:

- «TEXHOUSE»
- «FABRIC HOUSE»
- «TEX RICO»
- «AVIEM»
- «DADO»
- «TEXTUS»
- «TEX INGRO»
- «FRATELLI»
- «DIMENSIONE MAGLIA»
- «ALBERTO BRADAZZI»
- «STYLETEX»

Предприятия сотрудничать с лучшими производителями ткани, обуви и аксессуаров из России и Италии. Поэтому в ассортименте присутствуют сумки и рюкзаки из натуральной кожи, украшения и ремни ручной работы. Предприятия также использует для производства натуральные ткани и пряжи.

2.2 Анализ основных финансово-экономических показателей предприятия

Анализ финансового состояния предприятия включает в себя анализ бухгалтерских балансов и отчетов о финансовых результатах за прошедшие периоды в целях определения основных финансовых показателей. Финансовый анализ также служит основой понимания истинного положения предприятия и степени финансовых рисков. Результаты финансового анализа непосредственно влияют на определение целей планирования деятельности предприятия на следующие периоды.

Состав финансового анализа

- Горизонтальный и вертикальный финансовый анализ.

- Анализ платежеспособности,
- Анализ рентабельности
- Анализ оборачиваемости
- Анализ структуры источников финансирования
- Выводы о доходности деятельности предприятия, рисках неплатежеспособности и определение целей финансового планирования [9].

Для имущественного состояния предприятия требуется:

- провести анализ состава, динамики и структуры имущества предприятия;
- дать оценку размещения средств в активах предприятия.

Горизонтальный и вертикальный финансовый анализ

Для финансового состояния предприятия ООО «Рекгрупп» проводился на основе бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах, составленные на две отчетные даты: на 31.12.2016 г. и на 31.12.2017 г. На основе полученных данных проведем горизонтального и вертикального анализ, которая приведена в таблице 3.

Таблица 3 – Анализ динамики и структуры отчета о финансовом положении (баланса) предприятия ООО «Рекгрупп». Руб.

| Наименование показателя | на 31 декабря 2017 г. | | на 31 декабря 2016 г. | | Изменение за год | |
|---|-----------------------|-------------|-----------------------|-------------|-------------------|-------------|
| | Сумма руб | доля % | Сумма руб | доля % | Сумма руб | % изменение |
| АКТИВ | | | | | | |
| Материальные внеоборотные активы | 14 500 000 | 80,6% | 0 | | 14 500 000 | 0 |
| недвижимость | 12 000 000 | 66,7% | 0 | | 12 000 000 | 0 |
| оборудование | 2 500 000 | 13,9% | 0 | | 2 500 000 | 0 |
| Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы | | | | | | |
| Запасы, в том числе: | 3 270 580 | 18,2% | 1 156 437 | 58,2% | 2 114 143 | 182,8% |
| материалы | 2 550 000 | 14,2% | 450 000 | 22,7% | 2 100 000 | 466,7% |
| готовая продукция | 720 580 | 4,0% | 706 437 | 35,6% | 14 143 | 2,0% |
| Денежные средства и денежные эквиваленты | 220 000 | 1,2% | 830 000 | 41,8% | -610 000 | -73,5% |
| Финансовые и другие оборотные активы | | | | | | |
| БАЛАНС | 17 990 580 | 100% | 1 986 437 | 100% | 16 004 143 | 806% |

Продолжение таблицы 3

| ПАССИВ | | | | | | |
|------------------------------------|-------------------|-------------|------------------|-------------|-------------------|-------------|
| Капитал и резервы | 5 251 980 | 29,2% | 1 125 377 | 56,7% | 4 126 603 | 366,7% |
| Долгосрочные заемные средства | 10 000 000 | 55,6% | 0 | | 10 000 000 | 0 |
| Другие долгосрочные обязательства | | | | | | |
| Краткосрочные заемные средства | 2 590 000 | 14,4% | 741 000 | 37,3% | 1 849 000 | 249,5% |
| Кредиторская задолженность | 148 600 | 0,8% | 120 060 | 6,0% | 28 540 | 23,8% |
| Другие краткосрочные обязательства | | | | | | |
| БАЛАНС | 17 990 580 | 100% | 1 986 437 | 100% | 16 004 143 | 806% |

Баланс предприятия характеризует финансовое положение предприятия, на его основании оцениваются потенциал развития предприятия, заложенный в активах и риск неплатежеспособности, как в краткосрочной, так и долгосрочной перспективе [13].

За отчетный период итоговые показатели отчета увеличились на 16004143руб. (в 9 раз), приобретены внеоборотные активы на 14 500 000 руб. и значительно увеличились оборотные активы на 1 504 143 руб. (75.72%). На увеличение общей суммы актива в большей степени повлияло приобретение компанией внеоборотных активов такие как недвижимость и оборудование.

По отношению изменений источников финансирования увеличился раздел капитал и резервы на 4 126 603 (в 3,5 раза), долгосрочные обязательства составляет 10 000 000, краткосрочные обязательства увеличились на 1 877 540 руб. (в 2 раза) по сравнению с предыдущим годом за счёт привлечения большего кредита банка. Доля раздела капитал и резервы в структуре пассива уменьшилась на 27,5%, и доля краткосрочных обязательств также уменьшилась на 28,12%.

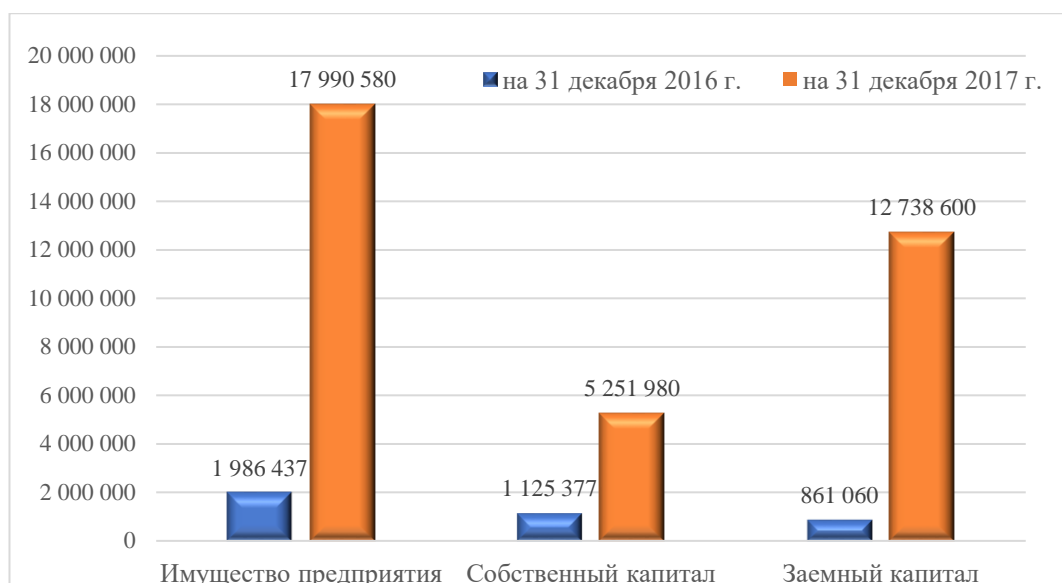


Рисунок 6 - Динамика и структура финансирования предприятия

В целом предприятие имеет в структуре источников финансирования 29,2% - капитал и резерва и 15,2 % краткосрочных обязательств, оно в силах погасить свои краткосрочные обязательства за счёт своих собственных средств.

Положительные тенденции, свидетельствующие об улучшении финансового состояния предприятия:

- Увеличение капитализации активов за счет приобретения внеоборотных активов: недвижимости и оборудования,
- Отрицательные тенденции, свидетельствующие об ухудшении финансового состояния предприятия:
- Увеличение запасов при уменьшении денежных средств по сравнению с предыдущим годом
- Наличие денежных средств на расчетных счетах и кассе ниже в 15 раз от суммы оборотных активов
- Приобретение нового кредита на большую сумму (10 000 000).

Отчет о финансовых результатах дает оценку эффективности деятельности предприятия и необходим для анализа рентабельности и деловой активности.

Таблица 4 – Анализ структуры отчета о финансовых результатах

| | за 2017 год. Руб. | доля в % |
|----------------------------|-------------------|----------|
| Общая выручка | 23 653 213 | 100% |
| Общая себестоимость | 7 982 506 | 34% |
| Общая валовая прибыль | 15 636 727 | 66% |
| Административные расходы | 2672540 | 11,3% |
| Коммерческие расходы | 4181842 | 17,68% |
| Операционная прибыль | 8 782 345 | 37% |
| Проценты по кредитам | 1236069 | 5% |
| Прибыль до налогообложения | 7 546 276 | 32% |
| Налоги | 196 062 | 1% |
| Чистые прибыли | 7 350 214 | 31% |

Выручка за период составила 23 653 213 руб. Для малого предприятия можно считать это хорошим показателем. Валовая прибыль составила 15636727 руб. По отношению от суммы выручки составляет 66%. Сумма общей себестоимости составила 7 982 506 руб. доля от выручки составляет 34%. За период коммерческие и управленческие расходы, составили 2 672 540 и 4 181 842 руб, совокупная их доля от выручки составляет 29%, следует оптимизировать в будущем. Операционная прибыль за период составил 8 782 345 руб. И в итоге чистая прибыль составила 7 350 214 руб, доля по отношению от выручки составила 31%, доказывает чистая прибыль имеет среднюю рентабельность

Анализ платежеспособности (ликвидности)

Показатели ликвидности дают представление о способности фирмы рассчитаться по текущим долгам с помощью денежных средств и прочих ликвидных активов. Платежеспособность выражается через коэффициенты платежеспособности, представляющие собой отношение имеющихся в наличии оборотных активов по степени ликвидности к сумме текущих (краткосрочных) обязательств на отчетную дату. Следует рассчитать показатели платежеспособности, результаты представить в таблице №5.

Чистые оборотные активы (ЧОА) – это долгосрочная часть оборотного капитала, которая показывает превышение оборотных активов (ОА) над краткосрочными обязательствами (КО). Чистые оборотные активы

принято называть чистые оборотным капиталом предприятия.

$$\text{ЧОА} = \text{ОА} - \text{КО} \quad (23)$$

$$\text{ЧОА н.г.} = 1\,986\,437 - 741\,000 = 900\,580 \text{ руб.}$$

$$\text{ЧОА к.г.} = 3\,490\,580 - 2\,590\,000 = 1\,245\,437 \text{ руб.}$$

Считается, что чистый оборотный капитал характеризует сумму собственного капитала, вложенную в оборот, при этом предполагается, что долгосрочные обязательства покрывают инвестиции во внеоборотные активы. Нормативов по данному показателю нет, но можно сделать анализ в динамике. Для обеспечения финансовой устойчивости и платежеспособности важно, чтобы величина его была положительна, и при увеличении объемов деятельности сумма чистого оборотного капитала также увеличивалась в наше случай сумма положительная что можно сказать у компании не возникает проблемы с обеспечением финансовой устойчивости и платежеспособности.

В зависимости от ликвидности оборотных средств предприятия различают три коэффициента ликвидности для оценки платежеспособности:

Коэффициент абсолютной ликвидности характеризует покрытие текущей кредиторской задолженности за счет наиболее ликвидных активов – денежных средств и ликвидных ценных бумаг. Нормальное значение больше 0,2 (0,25-0,35).

$$K_{ал} = \frac{ДС + КФВ}{КО}, \text{ где:} \quad (24)$$

$$K_{ал.н.г.} = \frac{830\,000}{861\,000} = 0,96$$

$$K_{ал.к.г.} = \frac{220\,000}{2\,738\,600} = 0.08$$

ДС – денежные средства на расчетных, валютных счетах и в кассе.

КФВ – финансовые вложения.

КО – краткосрочные обязательства.

Коэффициент срочной ликвидности характеризует покрытие текущей кредиторской задолженности за счет активов, которые с большой степенью вероятности будут превращены в деньги в текущем периоде. Нормальное

значение 0,8-1,2.

$$K_{сл} = \frac{ДС + КФВ + ДЗ}{КО}, \text{ где:} \quad (25)$$

$$K_{сл.н.г.} = \frac{830\,000 + 706\,437}{861\,000} = 1,78 \quad K_{сл.к.г.} = \frac{220\,000 + 720\,580}{2\,738\,000} = 0,34$$

ДС – денежные средства на расчетных, валютных счетах и в кассе.

КФВ – финансовые вложения.

КО – краткосрочные обязательства.

ДЗ – дебиторская задолженность.

Коэффициент текущей ликвидности показывает превышение общих оборотных (текущих) активов над краткосрочной кредиторской задолженностью. Нормальное значение 1,5-3.

$$K_{мл} = \frac{ОА}{КО}, \text{ где:} \quad (26)$$

$$K_{мл.н.г.} = \frac{1\,986\,437}{861\,000} = 2,3 \quad K_{мл.к.г.} = \frac{3\,490\,580}{2\,738\,000} = 1,27$$

ОА – оборотные активы.

КО – краткосрочные обязательства .

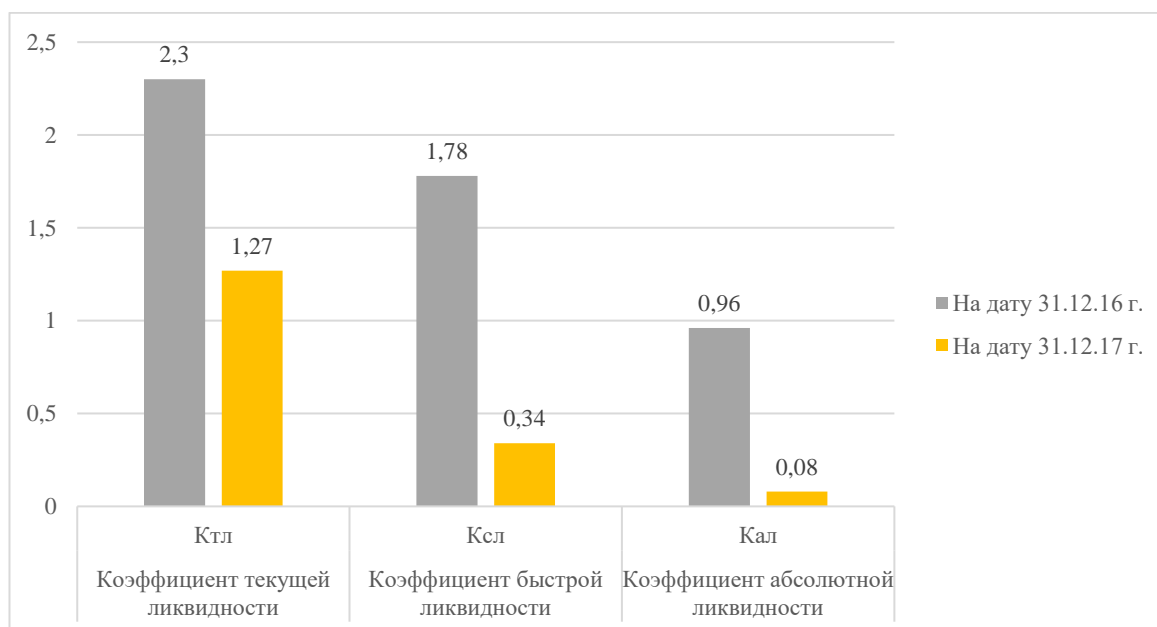


Рисунок 7 – Динамика и структура трех вида ликвидности предприятия

Таблица 5 – Показатели платежеспособности

| Наименование показателя | Обозначение | На дату 31.12.16 г. | На дату 31.12.17 г. | нормативное значение |
|------------------------------------|-------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| Чистые оборотные активы. руб | ЧОА | 1 245 437 | 900 580 | |
| Коэффициент текущей ликвидности | Ктл | 2,3 | 1,27 | 1,5-3 |
| Коэффициент быстрой ликвидности | Ксл | 1,78 | 0,34 | 0,8-1,2 |
| Коэффициент абсолютной ликвидности | Кал | 0,96 | 0,08 | 0,25-0,35 |

Предприятие за отчётный год недостаточно платежеспособным, этому свидетельствуют коэффициент текущей ликвидности равный $1,27 < 1,5$ и коэффициент срочной ликвидности равный $0,34 < 0,8$ нормы. К причинам недостатка платежных средств относится увеличение запасов сырья, материалов и готовой продукции, увеличение кредиторской задолженности за счёт привлечения нового кредита.

Положительное значение чистых оборотных активов на конец отчетного периода говорит о том, что предприятие имеет достаточную сумму собственного капитала для финансирования оборотных активов. Т.к. у предприятия имеются долгосрочные кредиты в источниках финансирования, инвестирование проходит за счёт собственного капитала и кредитов банков.

Показатели платежеспособности на конец периода ухудшились по сравнению с предыдущим годом, но положение предприятия всё ещё платежеспособное. Предприятия работает хорошим темпом, следует оптимизировать объем запасов сырья, материалов и готовой продукции на складе.

Анализ рентабельности

Доходность предприятия характеризуется абсолютными и относительными показателями. Абсолютный показатель доходности - сумма прибыли. Относительный показатель - уровень рентабельности. В данной работе следует рассчитать и проанализировать следующие показатели рентабельности:

Валовая рентабельность продаж – процентное отношение валовой

прибыли к выручке.

$$R = \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Выручка}} * 100\% \quad (27)$$

$$R_{o.g.} = \frac{7\,350\,214}{23\,653\,213} * 100\% = 66\%$$

Операционная рентабельность продаж - процентное отношение прибыли от продаж к выручке.

$$R_{пр} = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Выручка}} * 100\% \quad (28)$$

$$R_{пр.п.} = \frac{8\,782\,345}{23\,653\,213} * 100\% = 37\%$$

Чистая рентабельность продаж – процентное отношение чистой прибыли к выручке.

$$R_{чпр} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Выручка}} * 100\% \quad (29)$$

$$R_{чпр.o.g.} = \frac{7\,350\,214}{23\,653\,213} * 100\% = 31\%$$

Рентабельность активов – процентное отношение прибыли от продаж к среднему значению совокупных активов предприятия.

$$ROA = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{CA_{cp}} * 100\%, \text{ где:} \quad (30)$$

ROA - уровень рентабельности активов, %;

CA_{cp} - средняя величина активов предприятия (валюта баланса) за период, руб.

$$ROA_{o.п} = \frac{8\,782\,345}{9\,988\,508,5} * 100\% = 88\%$$

Чистая рентабельность активов – процентное отношение чистой прибыли к среднему значению совокупных активов предприятия.

$$ROA_{чпр} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{CA_{cp}} * 100\%, \text{ где} \quad (31)$$

ROA_{чпр} - уровень чистой рентабельности активов, %;

$$ROA_{чпр.o.п} = \frac{7\,350\,214}{9\,988\,508,5} * 100\% = 73,6\%$$

Рентабельность собственного капитала – процентное отношение чистой

прибыли к среднему значению собственного капитала.

$$ROE = \frac{\text{Чистая прибыль}}{СК_{\text{ср}}} * 100\%, \text{ где} \quad (32)$$

$$ROE = \frac{7\,350\,214}{3\,188\,678,5} * 100\% = 230\%$$

ROE - уровень рентабельности собственного капитала, %;

СК_{ср} - средняя величина собственного капитала за период, руб.

ROE (Return on Equity) — это ключевой показатель для собственников бизнеса. Он позволяет определить эффективность и целесообразность ведения бизнеса. Чем выше ROE, тем выше эффективность, с которой в компании работают средства акционеров. При этом если соотнести ROE с рыночной ставкой доходности (ставкой банковского процента), то можно определить эффективность работы средств акционеров в сравнении с рыночной доходностью, которую может получить инвестор при альтернативном вложении средств. Это, в свою очередь, позволяет определить целесообразность ведения бизнеса. Если ROE компании стабильно ниже рыночных ставок доходности, то такая компания не эффективна с точки зрения инвесторов.

Таблица 6 – Анализ рентабельности

| Показатели рентабельности | Обозначение | за период 2017 |
|---|--------------------|----------------|
| Валовая рентабельность продаж, % | R | 66 |
| Операционная рентабельность продаж, % | R _{пр} | 37 |
| Чистая рентабельность продаж, % | R _{чпр} | 31 |
| Рентабельность активов, % | ROA | 88 |
| Чистая рентабельность активов, % | ROA _{чпр} | 73,6 |
| Рентабельность собственного капитала, % | ROE | 230 |

Как видно из таблицы, показатели рентабельности за период показали хороший результат: валовая рентабельность составила 66%, операционная рентабельность продаж – 37% и чистая рентабельность продаж – 31 %.

Рентабельность активов (88%) очень высокая, что при недостаточно

высоком уровне собственного капитала в источниках финансирования приводит к низкому значению рентабельности собственного капитала (230%). Для эффективного управления бизнесом рентабельность собственного капитала должна быть на уровне средней доходности по рынку (15%-20%). В нашем случае рентабельности собственного капитала составляет 230%, что говорит у предприятия достаточный собственный капитал, можно финансировать в деятельность предприятия.

Анализ деловой активности (оборачиваемости)

Деловая активность являются характеристикой эффективности управления предприятием и отражают время, которое тратится для выполнения производственных и коммерческих операций. Оборачиваемость средств исчисляется продолжительностью одного оборота в днях (оборачиваемость оборотных средств в днях) или количеством оборотов за отчетный период (коэффициент оборачиваемости). Время, в течение которого оборотные средства находятся в обороте, т.е. последовательно переходят из одной стадии в другую, составляет период оборота оборотных средств.

Средний остаток оборотных средств определяется следующим образом:

$$O_{cp} = \frac{1}{2} * (3\,490\,000 + 1\,986\,437) = 2\,738\,218,5 \text{ руб.}$$

Коэффициенты оборачиваемости характеризуют эффективность использования активов и представляют собой оценку скорости оборота. Чем выше скорость оборота, тем быстрее оборачиваются активы и тем более эффективно управление предприятием. Коэффициенты оборачиваемости показывают сколько раз за период (за год) оборачиваются активы или сколько рублей выручки от реализации приходится на рубль активов. Оборачиваемость совокупных активов характеризует скорость превращения в деньги всех активов предприятия.

$$K_{CA_{т.п}} = \frac{B}{CA_{cp}}, \text{ где} \quad (33)$$

В – выручка от реализации продукции, товаров и услуг без НДС и акцизов (доход от основной деятельности), отражаемая в отчете о прибылях и убытках, руб.

С_{Аср} – среднегодовая стоимость совокупных активов, руб.

$$K_{\text{САТ.п}} = \frac{В}{С_{\text{Аср}}} = \frac{23\,653\,213}{9\,988\,508,5} = 2.37$$

Этот показатель является одним из составляющих 3-факторной модели Дюпона и важным инструментом стратегического управления эффективностью предприятия. Рост данного показателя говорит о росте эффективности использования суммарных активов компании.

Продолжительность одного оборота активов в днях характеризует время необходимое для оборота капитала, вложенного в активы. Как правило, такая интерпретация показателя оборачиваемости более понятна менеджерам и чаще используется в управлении для планирования и установки целевых показателей на плановых период.

$$T_{\text{обСАТ.п}} = \frac{Д}{K_{\text{СА}}} = \frac{365}{2.37} = 154 \text{ дня, где:} \quad (34)$$

Оборачиваемость оборотных активов характеризует скорость и время оборота средств, находящихся в обороте на разных стадиях операционного цикла.

$$K_{\text{ОАт.п}} = \frac{В}{\text{ОА}_{\text{ср}}} = \frac{23\,653\,213}{2\,738\,508,5} = 8,64, \text{ где:} \quad (35)$$

ОА_{ср} – среднегодовая стоимость оборотных активов предприятия, руб

Продолжительность оборота оборотных активов определяется по формуле:

$$T_{\text{обОАт.п}} = \frac{Д}{K_{\text{ОА}}} = 365/8,64 = 42,2 \text{ дня} \quad (36)$$

Оборачиваемость товарно-материальных запасов определяется следующими формулами

$$K_{\text{об.Зт.п}} = \frac{С_{\text{Зп.}}}{З_{\text{ср}}} = \frac{7\,982\,506}{2\,213\,508,5} = 3,6, \text{ где:} \quad (37)$$

ССрп – себестоимость реализованной продукции, отражаемая в отчете о прибылях и убытках, руб.

Зср – среднегодовая стоимость запасов предприятия, определяемая на основании баланса предприятия на начало и конец отчетного периода, руб.

К запасам относятся следующие статьи: материалы, незавершенное производство, готовая продукция, товары для перепродажи.

Коэффициент оборачиваемости готовой продукции определяется следующей формулой.

$$K_{об.ГПт.п} = \frac{СС_{рп.}}{З_{ГПср}} = \frac{7\,982\,506}{713\,508,5} = 11,19, \text{ где:} \quad (38)$$

ССрп – себестоимость реализованной продукции, отражаемая в отчете о прибылях и убытках, руб.

ЗГПср – среднегодовая стоимость запасов готовой продукции предприятия, определяемая на основании баланса предприятия на начало и конец отчетного периода, руб.

Обычно чем выше показатель оборачиваемости запасов, тем лучше, так как меньшая сумма вложена в запасы, что уменьшает риск потери капитала при невозможности реализовать продукцию. Также высокая оборачиваемость запасов связана с меньшей потребностью в финансовых ресурсах для финансирования закупки материалов и производства готовой продукции, что уменьшает потребность в кредите.

Однако, если этот показатель значительно ниже, чем средний по отрасли, существует риск потери конкурентоспособности предприятия и сокращения объемов производства и реализации продукции за счет дефицита материалов для производства продукции и товаров для продажи.

Продолжительность оборота запасов показывает количество дней, в течение которых закупка материалов, производство готовой продукции, а затем ее продажа.

$$T_{обзт.п} = \frac{Д}{K_{об.з}} = \frac{365}{11,19} = 32,62 \quad (39)$$

Оборачиваемость дебиторской задолженности показывает отношение объема продаж в кредит к величине дебиторской задолженности

Оборачиваемость дебиторской задолженности — это сфера контроля

коммерческого директора. Определение сроков отсрочки платежа для покупателей и заказчиков, планирование мероприятий для своевременной инкассации дебиторской задолженности - это мероприятия, позволяющие оптимизировать оборачиваемость дебиторской задолженности.

$$K_{об.ДЗт.п} = \frac{В}{ДЗ_{ср}} = \frac{23\ 653\ 213}{2\ 738\ 509} = 8,64, \text{ где:} \quad (40)$$

ДЗ_{ср} – среднегодовая сумма дебиторской задолженности, руб.

Чем показатель выше, тем быстрее оплачиваются долги перед предприятием, тем меньше сумма требуется для финансирования деятельности предприятия в период отсрочки платежа. Низкое значение свидетельствует о предоставлении щедрых кредитов покупателям и заказчикам. Сокращение показателя оборачиваемости дебиторской задолженности характеризует снижение контроля и эффективности управления дебиторской задолженностью.

Продолжительность оборота дебиторской задолженности характеризует среднее время отсрочки платежа, предоставляемое покупателям и заказчикам, и определяется по формуле

$$T_{обДЗт.п} = \frac{Д}{K_{об.ДЗ}} = \frac{365}{8,64} = 42,25 \quad (41)$$

Оборачиваемость кредиторской задолженности определяется следующими формулами

$$K_{об.КЗт.п} = \frac{СС_{рп.}}{КЗ_{ср}} = \frac{7\ 982\ 506}{1\ 799\ 830} = 4,43 \quad (42)$$

СС_{рп} – себестоимость реализованной продукции, отражаемая в отчете о прибылях и убытках, руб.

КЗ_{ср} – среднегодовая стоимость кредиторской задолженности предприятия, руб.

Кредиторская задолженность предприятия не включает краткосрочные обязательства по кредитам банков.

Продолжительность оборота кредиторской задолженности показывает количество дней, в течение которых предприятие погашает свои обязательства перед поставщиками, работниками, бюджетом.

$$T_{обКЗт.п} = \frac{Д}{K_{об.КЗ}} = \frac{365}{4,43} = 82,39 \quad (43)$$

Оценка оборачиваемости оборотных активов и деловой активности связана с расчетом суммы рабочего капитала или финансово-эксплуатационной потребности и времени финансового цикла

Финансовый цикл характеризует промежуток времени между оттоком денежных средств в момент оплаты сырья и материалов и притоком денежных средств в момент фактического поступления выручки за реализованную готовую продукцию.

Время финансового цикла определяется следующей формулой:

$$T_{фц\ тп} = T_{обЗтп} + T_{обДЗтп} - T_{обКЗтп} = 101,4 + 42,35 - 82,39 = 61,2 \text{ дня} \quad (44)$$

Рабочий капитал = Дебиторская задолженность + Запасы - Краткосрочная кредиторская задолженность (без учета краткосрочных кредитов банков)

Рабочий капитал н.г. = 706 437 + 1 156 437 – 861 060 = 1 001 814 руб

Рабочий капитал к.г. = 720 580 + 3 270 580 – 2 738 600 = 1 252 560

Рабочий капитал характеризует величину финансовых ресурсов, необходимую для обеспечения нормального кругооборота запасов и дебиторской задолженности в дополнение к кредиторской задолженности, которая покрывает часть текущих активов.

Рост коэффициента оборачиваемости свидетельствует о более эффективном использовании оборотных средств.

В примере расчетов для расчета оборачиваемости готовой продукции использовались следующие значения остатков готовой продукции: 1 001 814 руб. на начало года и 1 252 560 руб. на конец года.

Таблица 7 – Показатели оборачиваемости

| Показатели | 31.12.17 г. | |
|--|-----------------|---------------------|
| Рабочий капитал, руб. | 1 252 560 | |
| | Козф. Оборачив. | Период оборота, дни |
| Оборачиваемость активов | 2,37 | 154 |
| Оборачиваемость оборотных активов | 8,64 | 42,2 |
| Оборачиваемость запасов, в т.ч | 3,6 | 101,4 |
| Оборачиваемость готовой продукции | 11,19 | 32,6 |
| Оборачиваемость дебиторской задолженности | 8,64 | 42,25 |
| Оборачиваемость кредиторской задолженности | 4,43 | 82,39 |
| Время финансового цикла, дни | 5,96 | 61,2 |

Анализ финансовой устойчивости

Финансовая устойчивость характеризует способность предприятия сохранять платежеспособность и обслуживать долги в долгосрочной перспективе [12].

Коэффициент автономии характеризует независимость финансового состояния фирмы от заемных источников средств. Он показывает долю собственных средств в общей сумме источников.

$$K_a = \frac{СК}{СА} \quad \text{н.г.} = (1\,125\,377)/(1\,986\,437) = 0,57, \text{ где:} \quad (45.1)$$

$$K_a = \frac{СК}{СА} \quad \text{к.г.} = (5\,251\,980)/(17\,990\,580) = 0,29, \text{ где:} \quad (45.2)$$

Ка - коэффициент автономии;

СК -собственный капитал, сумма по разделу III «Капитал и резервы» баланса предприятия руб.;

СА – совокупные активы, показатель равный валюте баланса, руб.

В расчетах 3-х факторной модели DuPont используется коэффициент левериджа, который рассчитывается как обратный коэффициент автономии.

$$K_l = \frac{СА}{СК} \quad \text{п.г.} = (1\,986\,437)/(1\,125\,377) = 1,77 \quad (46.1)$$

$$K_l = \frac{СА}{СК} \quad \text{т.г.} = (17\,990\,580)/(5\,251\,980) = 3,43 \quad (46.2)$$

Минимальное значение коэффициента автономии принимается на уровне 0,4, при наличии долгосрочных кредитов. Если предприятие использует заемные средства краткосрочного характера, то желателен показатель автономии на уровне 0,6. означает, что все обязательства фирмы могут быть покрыты ее собственными средствами. Рост коэффициента автономии свидетельствует об увеличении финансовой независимости и снижения риска финансовых затруднений.

Коэффициент долга определяется отношением обязательств предприятия к совокупным активам.

$$K_d = \frac{KO + ДО}{CA} \quad \text{п.г.} = (741\,000)/(1\,986\,437) = 0,37, \text{ где:} \quad (47.1)$$

$$K_d = \frac{KO + ДО}{CA} \quad \text{т.г.} = (10\,000\,000 + 2\,590\,000)/17\,990\,580 = 0,7, \text{ где:} \quad (47.2)$$

K_d – коэффициент финансирования;

КО – краткосрочные обязательства предприятия, руб.;

ДО – долгосрочные обязательства предприятия, руб.

Коэффициент покрытия процентов характеризует превышение прибыли до уплаты процентов и налогов к сумме процентов к уплате (EBIT - Earnings before Interest and Taxes). В расчетах EBIT принимается равным прибыли от продаж отчета о прибылях и убытках. Чем этот показатель больше, тем менее обременительны для предприятия заемные источники финансирования. Считается, что показатель покрытия процентов не должен быть менее 7.

$$K_{\text{пт.г}} = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Проценты к уплате}} = \frac{EBIT}{I} = \frac{8\,782\,345}{1\,236\,069} = 7,1, \text{ где:} \quad (48)$$

$K_{\text{пт.г}}$ – коэффициент покрытия процентов;

EBIT – прибыль до уплаты процентов и налогов, руб;

I - сумма процентов к уплате, отражаемая в отчете о прибылях и убытках,

Таблица 8 – Показатели финансовой устойчивости

| Показатели | Условное обозначение | Рекомендуемое значение | Значение показателя | |
|---|----------------------|------------------------|---------------------|---------------------|
| | | | На дату 31.12.17 г. | На дату 31.12.16 г. |
| 1. Коэффициент автономии (коэффициент независимости), % | K_a | $> 40\%$ | 29 | 57 |
| 1. Коэффициент левериджа | K_l | $< 2,5$ | 3,43 | 1,77 |
| 3. Коэффициент покрытия процентов | $K_{пп}$ | > 7 | 7,1 | |
| 2. Коэффициент долга, % | K_d | $< 60\%$ | 70 | 37 |

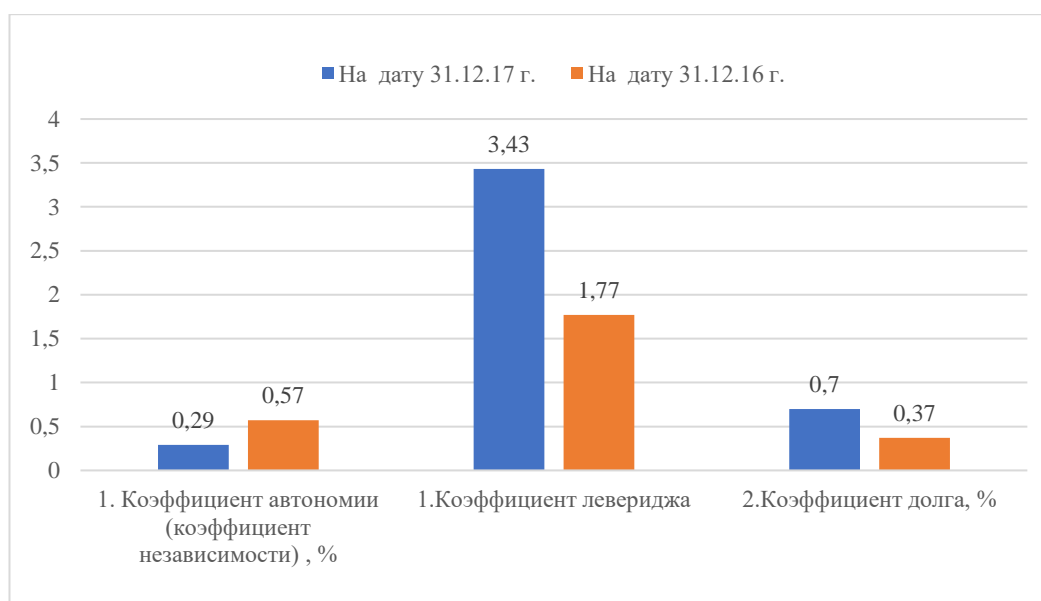


Рисунок 8 - Динамика и структура трех вида ликвидности предприятия

Коэффициент покрытия процентов в пределах нормы $7,1 > 7$ - это свидетельствует о достаточной прибыли предприятия для обеспечения существующего уровня кредита с учетом действующей ставки по кредиту. Если значительная сумма процентов, то лишает предприятие чистой прибыли и является более обременительным источником финансирования деятельности.

Предприятие имеет достаточный уровень собственных средств в источниках финансирования. Коэффициент автономии 29% меньше 40% и это говорит о финансовой неустойчивости предприятия. Снижение

коэффициента автономии с 57% до 29% за отчётный период свидетельствует об увеличении финансовой зависимости и увеличения риска финансовых затруднений. Коэффициент долга на конец 2017 года увеличился на 33% - это говорит о увеличении зависимости организации от заемных источников. Предприятию необходимо увеличить свою доходность за счёт большего объёма реализации, дополнительных поступлений и оптимизации производства. Также ускорить период оборачиваемости дебиторской задолженности, усилить работу с клиентами, сокращение времени хранения запасов на складе. В целом предприятие в силах покрыть свои долги за счёт собственных средств, имеет высокую рентабельность, большой спрос на продукции, работает очень эффективно, поэтому риск неплатёжеспособности небольшой. Для повышения эффективности деятельности и улучшения финансового состояния предприятия поставлены следующие цели финансового планирования:

- Нахождение резервов увеличения доходов предприятия и способов их привлечения
- Эффективное использование финансов, определение самых рациональных направлений развития компании, которые обеспечат в планируемом периоде наивысшую прибыль
- Согласование финансовых ресурсов с показателями производственного плана предприятия
- Обеспечение наилучшего финансового сотрудничества с банками, бюджетом и др.

Таблица 9 – Основные финансовые показатели

| Показатель | Значение |
|-------------------------------------|------------|
| Абсолютные показатели | |
| Выручка, руб. | 23 653 213 |
| Валовая прибыль, руб. | 15 636 727 |
| Прибыль от продаж, руб. | 8 782 345 |
| Чистая прибыль, руб. | 7 350 214 |
| Чистые оборотные активы, руб. | 1 245 437 |
| Относительные показатели | |
| Операционная рентабельность продаж, | 0,37 |

Продолжение таблицы 9

| | |
|--|------|
| Рентабельность собственного капитала, | 1,41 |
| Продолжительность оборота оборотных средств, дни | 42,2 |
| Коэффициент автономии, | 0,29 |
| Коэффициент покрытия процентов, | 7,1 |
| Коэффициент текущей ликвидности | 1,27 |

В целом предприятие является достаточно платежеспособным, но имеет необходимое количество собственных средств в случае покрытия долгов, но имеет риски при привлечении краткосрочных кредитов для финансирования деятельности при больших процентных выплатах за период и недостаточной прибыли, также имеются риски при низкой оборачиваемости оборотных активов, необходимо ускорить этот процесс.

Таблица 10 – Факторы, определяющие рентабельность собственного капитала

| Показатель | Данные за 2017г. |
|----------------------------------|------------------|
| ROE | 1.41 |
| Чистая рентабельность продаж | 0,37 |
| Оборачиваемость активов, обороты | 2,37, |
| Коэффициент левириджа | 3,43 |

Анализ показателя ROE показал, что предприятие является достаточно финансово-устойчивым и платежеспособным, имеет высокую рентабельность продаж и высокую оборачиваемость активов высокую рентабельность собственного капитала, что говорит о достаточной доходности предприятия.

2.3 Анализ рентабельности продукции предприятия ООО «Рекгрупп»

Предприятия «Рекгрупп» определяет рынок по географическим сегментам, и разделяет их на три региона:

- «Томск+интерет»

- «Красноярск+Новосибирск»
- «Екатеринбург»

Регион «Томск+интернет» является основным рынком по продаже, так как само предприятия находится в Томске, что дает возможность напрямую работать с клиентами, предприятия также отправляет товаров и продукции в любой город России. В Томске находится шоурум предприятия куда можно клиентам прийти и выбрать наличий товар либо сделать под заказ. А остальные два региона «Красноярск+Новосибирск» и «Екатеринбург» как дополнительные рынки, имеющие потенциал спроса в будущем. Предприятия работает через посредников с этими регионами, что усложняет процесс реализации продукции.

Предприятия «Рекгрупп» производит различные виды продукции, например, как:

- шитые продукции,
- вязанные продукции
- прочие.

Для дополнения виды продукции предприятия также продает различных аксессуаров.

Предприятия покупает разновидность ткани из Италии и Китая для производства шитые и вязаные продукции, состав ткани 100% натуральный хлопок.

В группу шитых изделий входят такие продукты как: блуза, куртка, рубашка, юбка, платье, тренч, брюки, свитшот, жакет, ветровка, пальто, кардиган, комбинезон, футболка, свитер, водолазка, рюкзак.

В группу вязаных изделий входят такие продукты как: косынка, кашемир, жилет, сарафан, платье, свитер, брюки, шарф, перчатки, брюки, юбка, снуд.

В группу аксессуаров входят такие продукты как: сумка, ремень, пояс, лоферы, кошелек, очки, и т. д.

Анализ по регионам деятельности предприятия

Таблица 11 – Итоговая выручка и выручка каждого региона по месяцам, руб.

| | Янв 2017 | Фев 2017 | Мар 2017 | Апр 2017 | Май 2017 | Июн 2017 |
|---|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Итого выручка | 829 012 | 790 344 | 1 830 272 | 1 183 084 | 1 065 149 | 1 261 335 |
| Выручка (Томск+ интернет) | 774 640 | 760 626 | 1 130 890 | 1 045 266 | 879 329 | 1 213 559 |
| доля в % | 93% | 96% | 62% | 88% | 83% | 96% |
| Выручка (Красноярск+ Новосибирск) | 54 372 | 29 718 | 32 937 | 32868 | 33 020 | 18 006 |
| доля в % | 6,6% | 3,8% | 1,8% | 2,8% | 3,1% | 1,4% |
| Выручка (Екатеринбург) | - | - | 666 445 | 104 950 | 152 800 | 29 770 |
| доля в % | 0,0% | 0,0% | 36,4% | 8,9% | 14,3% | 2,4% |

| | Июл 2017 | Авг 2017 | Сен 2017 | Окт 2017 | Ноя 2017 | Дек 2017 |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Итого выручка | 1 643 599 | 1 650 888 | 2 665 441 | 2 977 681 | 4 208 699 | 3 522 050 |
| Выручка (Томск + интернет) | 1 595 823 | 1 451 737 | 2 634 712 | 2 931 172 | 4 190 459 | 3 500 215 |
| доля в % | 97% | 88% | 99% | 98% | 100% | 99% |
| Выручка (Красноярск+ Новосибирск) | 18 006 | 13 146 | 19 309 | 46 509 | 18 240 | 21 835 |
| доля в % | 1,1% | 0,8% | 0,7% | 1,6% | 0,4% | 0,6% |
| Выручка (Екатеринбург) | 29 770 | 186 005 | 11 420 | - | - | - |
| доля в % | 1,8% | 11,3% | 0,4% | | | |

Далее, на основании данных таблиц построены графики для анализа, которые четко показывают изменение динамики по месяцам по выручке трех регионов и выручки видам деятельности [14].

Для того чтобы четко увидеть размер выручки каждого региона по месяцам и делать сравнительный анализ, построен график, показывающий динамику выручки каждого региона и итоговую выручку трех регионов.

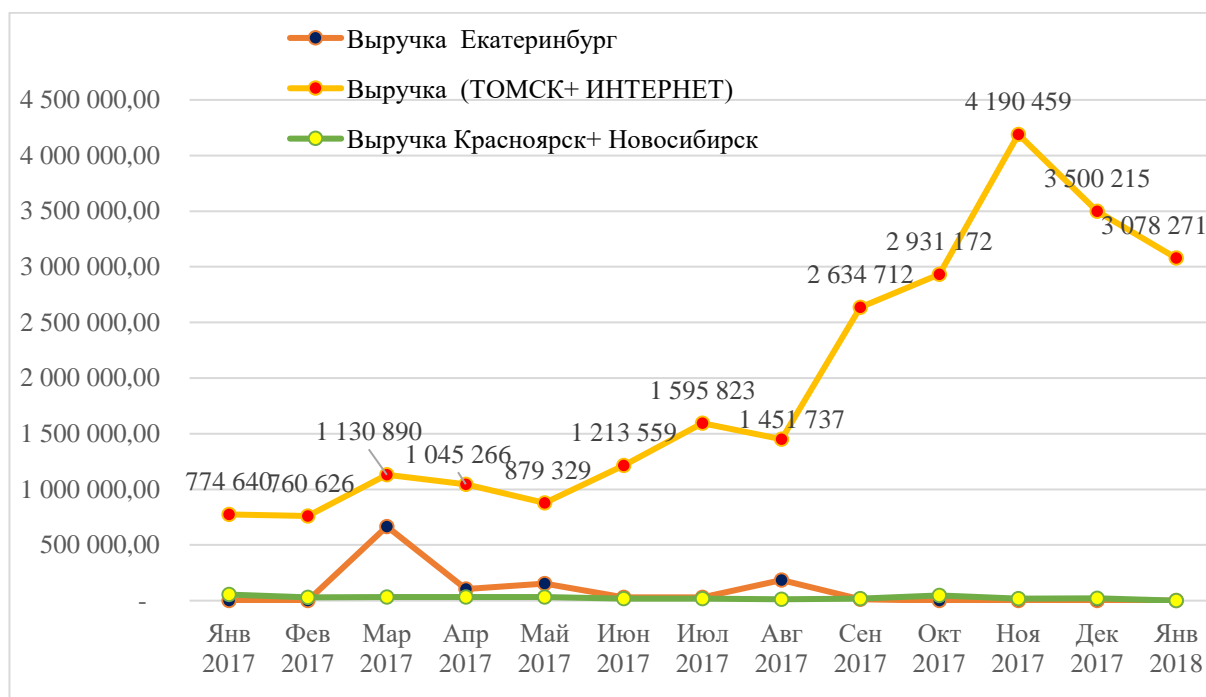


Рисунок 9 - Динамика выручки трех регионов предприятия

По данному графику можно сделать вывод, что выручка со географического сегмента «Томск и Интернет» в каждом месяце растет. С января 2017 г до августа 2017 виден стабильный рос выручки, что характеризует рост объема продаж продукции и товаров, а с сентября 2017 г до ноября 2017 г виден резкий рост выручки, что показывает увеличение спроса предприятия в 3 раза по сравнению с 1-ым полугодием. Также заметно падение продаж в конце года, которое было связано с праздниками. По сравнению января 2018 и 2017, можно сказать, что выручка полученной в январе 2018 года в 4 раза больше, чем в январе 2017 года. Это доказывает, что оборот деятельности предприятия в 4 раза вырос чем январь прошлого года.

Динамика региона «Екатеринбург» в графике очень заметно, резко

падает и возрастает. При этом размер выручки незначительно большой, что показывает рыночный спрос не стабильный. Регион «Красноярск+Новосибирск» не имеет потенциал для развития. В данной графике очень заметно низкий уровень спроса за весь период 2017 года, эти два региона не имеют потенциал для реальнейшего развития предприятия.

Таким образом по географическим сегментам полученные результаты не сравнимые, так как регион «Томск+интернет» является основным рынком, объем по продажи в этом регионе составил в среднем 92%. Соответственно проводить подробный анализ по регионам не имеет значения.

Анализ по видам деятельности предприятия

Также можно посмотреть по видам деятельности, разделить их по видам продукции и сравнить между собой, это способ помогает уточнить именно какой вид продукции продается больше, от какого вида продукции предприятия получает больше выручку.

Можно разделить их на эти типы:

- Шитые вещи
- Вязаные вещи
- Аксессуары
- Прочие

Таблица 12 – Выручка по видам деятельности предприятия по месяцам, руб.

| | Янв 2017 | Фев 2017 | Мар 2017 | Апр 2017 | Май 2017 | Июн 2017 |
|------------------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Итого выручка | 829 012 | 790 344 | 1 830 272 | 1 183 084 | 1 065 149 | 1 286 995 |
| Шитые вещи | 300 896 | 407 468 | 1 014 626 | 689 799 | 569 951 | 1 017 570 |
| Доля в % | 36% | 52% | 55% | 58% | 54% | 79% |
| Вязаные вещи | 380 086 | 341 963 | 581 952 | 326 880 | 234 964 | 181 537 |
| Доля в % | 46% | 43% | 32% | 28% | 22% | 14% |
| Аксессуары | 0 | 0 | | 95 142 | 232 650 | 93 998 |
| Доля в % | | | | 8% | 22% | 7% |
| Прочие | 148 030 | 40 913 | 233 694 | 71 263 | 27 584 | 43 275 |
| Доля в % | 18% | 5% | 13% | 6% | 3% | 3% |
| Возвраты | | | | | | 49 385 |
| Доля в % | | | | | | 4% |

| | Июл 2017 | Авг 2017 | Сен 2017 | Окт 2017 | Ноя 2017 | Дек 2017 |
|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Итого выручка | 1 643 599 | 1 650 888 | 2 665 441 | 2 977 681 | 4 208 699 | 3 522 050 |
| Шитые вещи | 1 242 938 | 1 299 066 | 1 510 124 | 1 505 516 | 2 825 405 | 2 091 800 |
| Доля в % | 76% | 79% | 57% | 51% | 67% | 59% |
| Вязаные вещи | 298 865 | 235 836 | 755 301 | 1 029 661 | 1 201 822 | 1 453 467 |
| Доля в % | 18% | 14% | 28% | 35% | 29% | 41% |
| Аксессуары | 99 799 | 56 093 | 57 936 | 169 897 | 276 747 | 227 624 |
| Доля в % | 6% | 3% | 2% | 6% | 7% | 6% |
| Прочие | 70 472 | 105 603 | 364 935 | 368 214 | 103 050 | 167 126 |
| Доля в % | 4% | 6% | 14% | 12% | 2% | 5% |
| Возвраты | 68 475 | 45 710 | 22 855 | 95 607 | 198 325 | 417 967 |
| Доля в % | 4% | 3% | 1% | 3% | 5% | 12% |

На основе данных таблицы 10 построен график для анализа динамики и структуры выручки по видам деятельности.

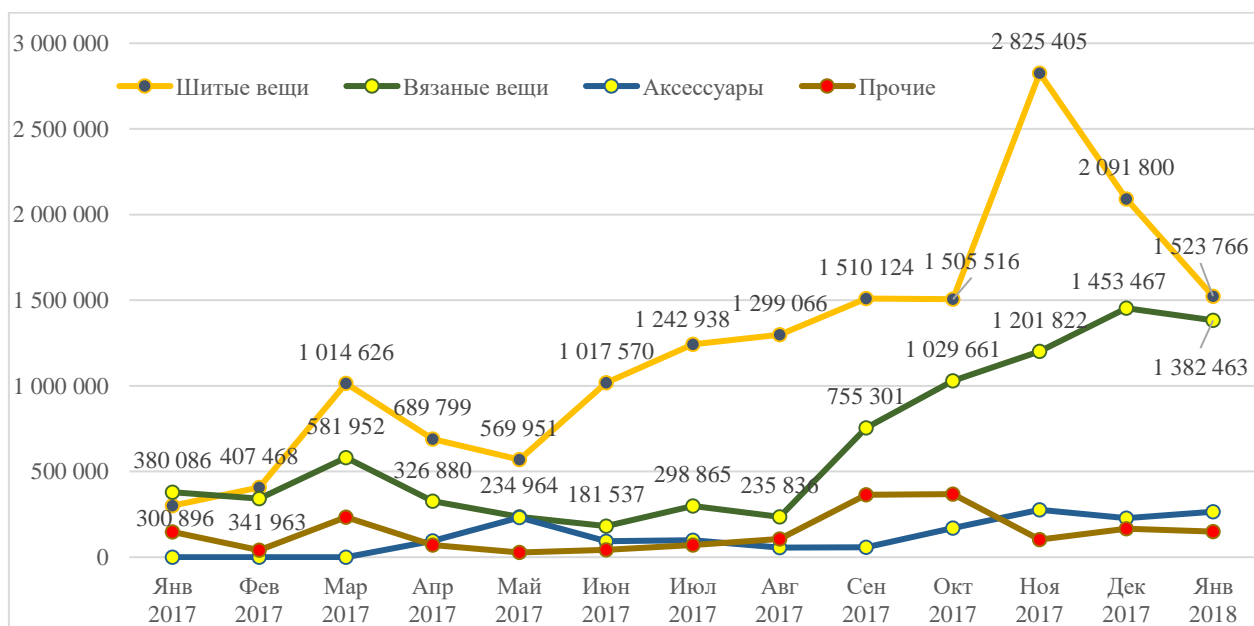


Рисунок 10 - Динамика выручки по видам продукции

Данный график показывает четырех видов продукции (Шитые вещи, вязаные вещи, аксессуары и прочие), и их динамику изменения за год.

Именно по данному графику можно увидеть, что шитые вещи продается больше всего, объем реализации шитых вещей в разы больше других продукций, занимает первое место по реализации продукции. Динамика продажи интенсивно растёт в каждом месяце. С июня до января 2018 года объем выручки был больше миллиона рублей, с сентября до января

2018 года объем выручки достиг больше полутора миллиона рублей, которые были связаны с маркетинговой политики (акции, скидки) предприятия. Предприятия для максимального увеличения продажи в конце года организовал различные скидочные мероприятия. А второе место по продажам занимает вязаные вещи. На графике отражено постепенное снижение с апреля до августа, можно связать данной ситуации с факторами климата региона и свойством продукции, так как вязаные продукции очень теплые, летом люди предпочитают надевать более легкую одежду. Томск является центром Сибири, поэтому в этом регионе климат своеобразный, летом с июня до августа жарко, а с сентября до октября будет резкое похолодание, что вызывает людям носить теплую одежду. В декабре выручка от продаж составила 1 453 467 рублей. С октября до января 2018 года объем выручки составил больше миллиона рублей. Доказывает шитые вещи хорошо рождается зимой. Появление резкое увеличение размера выручки с сентября с этими факторами было связано. А также заметно что, в январе 2017 и 2018 года размер выручки, шитых продукции и вязаных продукции, был приблизительно, в январе 2017 года размер выручки, шитых продукции, был немного меньше, чем вязаных продукции, за весь период видно как сильно выросло объем продажи по шитым продукциям, а в январе 2018 года видно, что размер выручки находился на одинаковой стадии. Что означает эти две продукции на рынке имеет высокий уровень спроса, также не имеет потенциал рынка для развития.

По объему продаж по аксессуару и прочим продукциям очень сложно сказать, какой из этих продукции имеет высокий уровень спроса, так как эти две продукции по объему продажи за весь период находились на похожем уровне. Динамика показывает не значительное изменение, можно сказать они не имеют стабильный спрос рынка.

Таблица 13 – Общая выручка и Общая себестоимость за период 2017 г. Руб.

| | Янв 2017 | Фев 2017 | Мар 2017 | Апр 2017 | Май 2017 | Июн 2017 |
|---------------------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Общая выручка | 829 012 | 790 344 | 1 830 272 | 1 183 084 | 1 065 149 | 1 286 995 |
| Общая Себестоимость | 298 896 | 375 415 | 755 767 | 426 866 | 351 039 | 415 110 |
| рентабельность в % | 36% | 48% | 41% | 36% | 33% | 32% |

| | Июл 2017 | Авг 2017 | Сен 2017 | Окт 2017 | Ноя 2017 | Дек 2017 |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Общая выручка | 1 643 599 | 1 650 888 | 2 665 441 | 2 977 681 | 4 208 699 | 3 522 050 |
| Общая Себестоимость | 629 661 | 576 005 | 823 199 | 915 065 | 1 379 839 | 1 035 645 |
| рентабельность в % | 38% | 35% | 31% | 31% | 33% | 29% |



Рисунок 11 - Динамика итоговой выручки и себестоимости по месяцам

По итоговым данным по динамике выручки можно сделать вывод что активность производственно-хозяйственной деятельности предприятия высокая. Темп возрастания стабильный, показывает, что предприятия имеет возможность расширения в 2018 году. По сравнению января 2018 с январем 2017, можем видеть, что у предприятия размер выручки увеличился в 3,8 раза. Это доказывает, что предприятия работает на много эффективно чем прошлый год. Также можно прогнозировать динамику выручки, что в 2018 году предприятия получит больше выручку чем 2017 год. При резком

возрастании выручки также виден стабильный рост себестоимости, между выручкой и себестоимостью по динамике появилось явное расхождение, которое характеризует увеличение валовой прибыли. С мая динамика выручки начала расти, а динамика себестоимости изменилось не значительно, это говорит о том, что при одинаковом объеме затрат, предприятия получает больше валовую прибыль, соответственно предприятия сможет получить больше чистую прибыль. В феврале при снижении выручки, выросла себестоимость продукции, данная ситуация не приятна тем что, предприятие из-за высокой себестоимости может быть получена меньшая прибыль.

Таблица 14 – Валовая прибыль 4-х видов продукции за период 2017 г. Руб.

| | Янв 2017 | Фев 2017 | Мар 2017 | Апр 2017 | Май 2017 | Июн 2017 |
|-----------------------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Итого выручка | 829 012 | 790 344 | 1 830 272 | 1 183 084 | 1 065 149 | 1 286 995 |
| Шитые вещи | 169 459 | 215 844 | 627 783 | 472 766 | 371 900 | 679 551 |
| доля в % | 20% | 27% | 34% | 40% | 35% | 53% |
| Вязанные вещи | 216 325 | 173 470 | 331 544 | 173 003 | 141 134 | 113 943 |
| доля в % | 26% | 22% | 18% | 15% | 13% | 9% |
| Аксессуары | 0 | 0 | 0 | 73 365 | 182 601 | 67 491 |
| доля в % | 0% | 0% | 0% | 6% | 17% | 5% |
| Прочие | 144 333 | 25 615 | 115 178 | 40 980 | 27 584 | 43 275 |
| доля в % | 17% | 3% | 6% | 3% | 3% | 3% |
| Возврат | | | | | 9 109,00 | 32 375 |
| Общая валовая прибыль | 530 116 | 414 929 | 1 074 505 | 756 218 | 714 110 | 871 885 |
| доля в % | 64% | 52% | 59% | 64% | 67% | 68% |
| Чистые прибыли | 166 969 | -25 878 | 508 616 | 278 432 | 176 645 | 238 604 |
| доля в % | 20% | -3% | 28% | 24% | 17% | 19% |

| | Июл 2017 | Авг 2017 | Сен 2017 | Окт 2017 | Ноя 2017 | Дек 2017 |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Итого выручка | 1 643 599 | 1 650 888 | 2 665 441 | 2 977 681 | 4 208 699 | 3 522 050 |
| Шитые вещи | 775 925 | 851 201 | 1 102 818 | 1 107 418 | 2 013 197 | 1 525 821 |
| доля в % | 47% | 52% | 41% | 37% | 48% | 43% |
| Вязанные вещи | 142 490 | 141 635 | 503 718 | 669 016 | 741 188 | 971 469 |
| доля в % | 9% | 9% | 19% | 22% | 18% | 28% |
| Аксессуары | 71 594 | 34 388 | 45 196 | 127 116,7 | 143 378 | 126 464 |
| доля в % | 4% | 2% | 2% | 4% | 3% | 4% |
| Прочие | 67 815,00 | 74 459,00 | 206 200 | 225 937,2 | 39 905 | 167 126,00 |
| доля в % | 4% | 5% | 8% | 8% | 1% | 5% |
| | 43 886,00 | 26 800,00 | 15 690 | 66 871,00 | 142 789 | 304 475,00 |
| Общая валовая прибыль | 1 013 938 | 1 074 883 | 1 842 242 | 2 062 616 | 2 794 879 | 2 486 405 |
| доля в % | 62% | 65% | 69% | 69% | 66% | 71% |
| Чистые прибыли | 474 987 | 470 268 | 1 229 906 | 1 114 730 | 1 716 382 | 1 000 553 |
| доля в % | 29% | 28% | 46% | 37% | 41% | 28% |

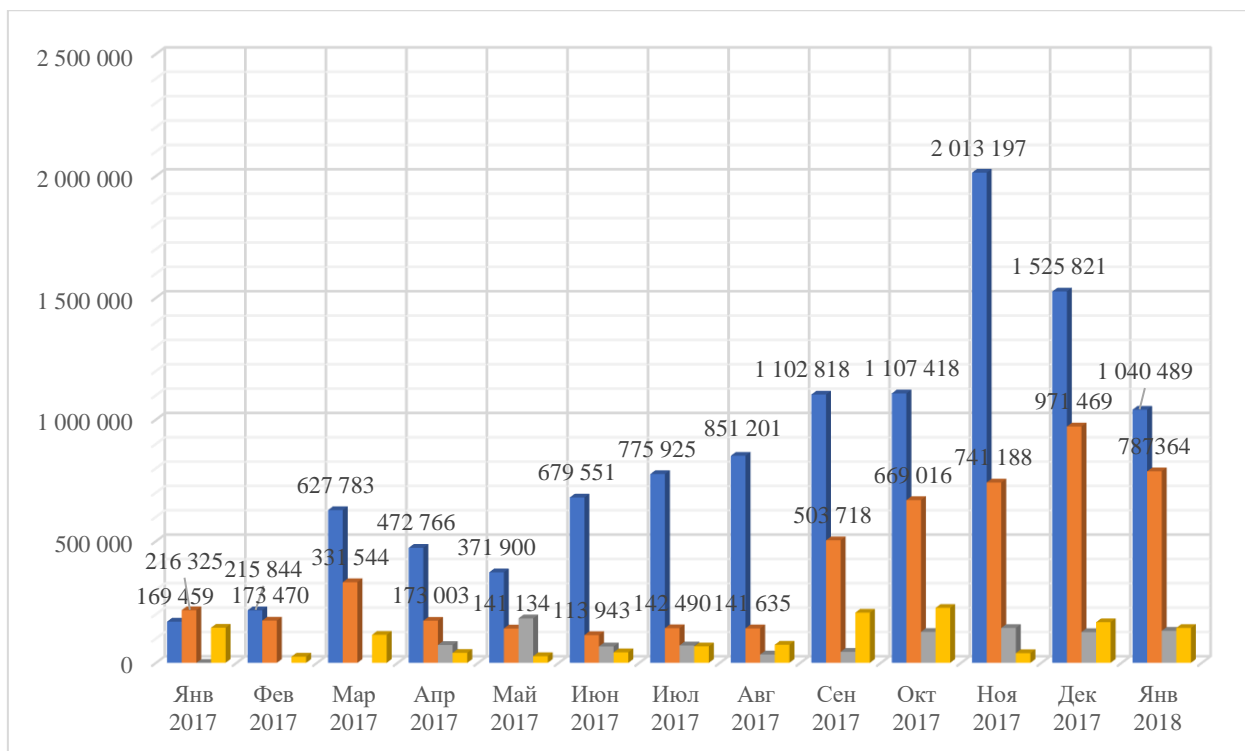


Рисунок 12 - Динамика валовой прибыли по видам продукции

В данном графике виден стабильный рост валовая прибыль по шитым вещам, предприятия больше всего получает прибыль от шитых вещей, данный интенсивный рост показывает хороший результат деятельности компании, именно резко увеличился объем валовой прибыли с июня до декабря, самый отличный результат показал ноябрь, объем валовой прибыли достиг 2 013 197 руб. Второй наилучший результат по шитым вещам показал декабрь, объем валовой прибыли составил 1 525 821 руб. В январе 2018 года сумма валовой прибыли составила 1 040 489, это очень хороший результат, так как за период работы предприятия по сравнению с январём 2017 эффективность увеличился 6 раза, это говорит о том, что предприятие осуществляет деятельность по шитым вещам очень эффективно. Также по вязаным вещам имеется резкий рост валовой прибыли с сентября до декабря, и незначительное снижение в январе 2018 года произошло за счет нового года. В целом предприятие получило валовую прибыль на много больше в втором полугодии чем в первом.

Таблица 15 – валовая, прибыль от продаж, чистая прибыли за период 2017 г, руб.

| | Янв 2017 | Фев 2017 | Мар 2017 | Апр 2017 | Май 2017 | Июн 2017 |
|-----------------------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Итого выручка | 829 012 | 790 344 | 1 830 272 | 1 183 084 | 1 065 149 | 1 286 995 |
| Общая валовая прибыль | 530 116 | 414 929 | 1 074 505 | 756 218 | 714 110 | 871 885 |
| доля в % | 64% | 52% | 59% | 64% | 67% | 68% |
| Операционная прибыль | 177 329 | -12 068 | 535 264 | 296 067 | 318 159 | 388 399 |
| доля в % | 21,39% | -1,53% | 29,25% | 25,03% | 29,87% | 30,18% |
| Чистая прибыль | 166 969 | -25 878 | 508 616 | 278 432 | 176 645 | 238 604 |
| доля в % | 20% | -3% | 28% | 24% | 17% | 19% |

| | Июл 2017 | Авг 2017 | Сен 2017 | Окт 2017 | Ноя 2017 | Дек 2017 |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Итого выручка | 1 643 599 | 1 650 888 | 2 665 441 | 2 977 681 | 4 208 699 | 3 522 050 |
| Общая валовая прибыль | 1 013 938 | 1 074 883 | 1 842 242 | 2 062 616 | 2 794 879 | 2 486 405 |
| доля в % | 62% | 65% | 69% | 69% | 66% | 71% |
| Операционная прибыль | 625 275 | 620 556 | 1 376 002 | 1 285 452 | 1 880 618 | 1 291 293 |
| доля в % | 38,04% | 37,59% | 51,62% | 43,17% | 44,68% | 36,66% |
| Чистая прибыль | 474 987 | 470 268 | 1 229 906 | 1 114 730 | 1 716 382 | 1 000 553 |
| доля в % | 29% | 28% | 46% | 37% | 41% | 28% |

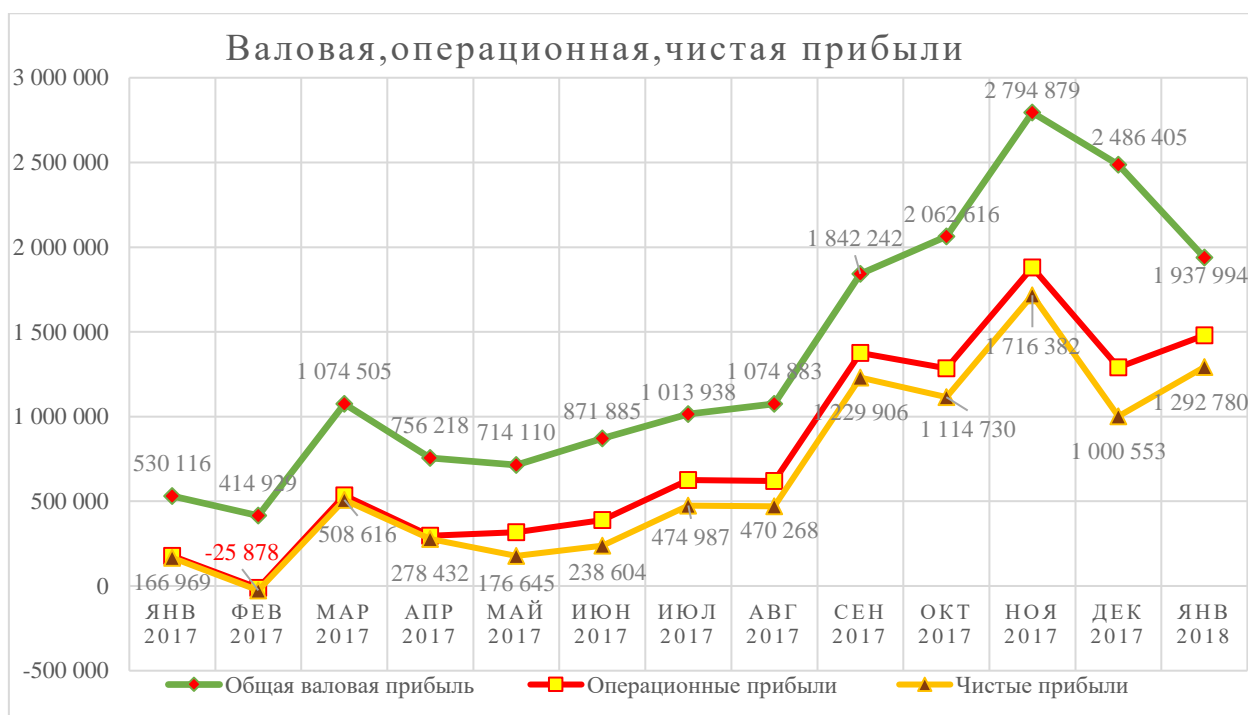


Рисунок 13 - Динамика валовой прибыли по видам продукции

В итоге по провиденным анализам можно сделать вывод что, в 2017 году предприятие развивалось быстрыми темпами, увеличивало вложение в активы, в основном за счет привлечения кредитов, не смотря на высокий

финансовый рычаг, предприятие сохраняла финансовую устойчивость за счет высокой рентабельности. Основными направлениями деятельности, приносящий доход является категория шитых и вязанных вещей. При чем объем и продаж и прибыль по шитым вещам выше, чем по всем остальным видам деятельности. Таким образом для управления прибылью не обходимо рассмотреть финансовые модели для планирования выручки и затрат предприятия.

3 Основные направления повышения рентабельности деятельности предприятия на примере ООО «Рекгрупп»

3.1 Анализ зависимости между выручкой и себестоимостью продукции

Маржинальный анализ проводят для определения влияния изменения объемов реализации на операционную прибыль предприятия. Маржинальный анализ помогает оценить изменение операционной прибыли при изменении выручки.

В основе маржинального анализа лежит деление затрат на постоянные и переменные. Именно мы в этом разделе будем определить.

Управление прибылью предполагает составление финансовых планов, на следующий период по итогам анализа данных предыдущих периодов, для этого (планирования) не обходимо проанализировать зависимость между выручкой и себестоимостью продукции по каждому виду деятельности за предыдущий период, и определить как зависят элементы себестоимости, а именно материальные затраты, заработная плата от изменения выручки предприятия. В данной случае мы предполагаем, что наценка по видам продукции одинаковая, поэтому изменение цены на отдельные единицы продукции мы пренебрегаем. В классическом маржинальном анализе мы строим зависимость затрат от объема деятельности, а здесь мы объем деятельности заменяем на объем выручки.

Таблиц 16 – Расчет зависимости материальных затрат, заработной платы, от выручки по шитым вещам

| | | | | | | | |
|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| Шитые вещи | | | | | | | |
| месяц | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| выручка | 259 220 | 391 574 | 620 582 | 562 581 | 473 118 | 955 444 | 1 203 322 |
| затраты на материалы | 70 039 | 121 193 | 110 381 | 100 067 | 74 171 | 156 861 | 250 384 |
| затраты на заработной платы | 38 812 | 57 500 | 79 508 | 77 277 | 62 710 | 148 903 | 196 069 |
| итоговая себестоимость | 108 851 | 178 693 | 189 889 | 177 344 | 136 881 | 305 764 | 446 453 |

Продолжение таблицы 16

| | | | | | | |
|-----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Шитые вещи | | | | | | |
| месяц | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| Выручка | 1 104 811 | 1 479 395 | 1 477 220 | 2 813 833 | 2 088 241 | 1 523 766 |
| затраты на материалы | 186 817 | 223 130 | 211 775 | 465 366 | 317 485 | 265 339 |
| затраты на заработной платы | 169 749 | 167 872 | 148 197 | 322 106 | 226 620 | 217 938 |
| итоговая себестоимость | 356 566 | 391 002 | 359 972 | 787 472 | 544 105 | 483 277 |

Таблиц 17 – Определение коэффициент корреляции по шитым вещам показал следующие результаты

| | |
|--|------|
| затраты на материалы (коэффициент корреляции) | 0,98 |
| затраты на заработную плату (коэффициент корреляции) | 0,96 |

$$\text{Сред. МЗ} = \frac{\text{сумма за 13 месяцев}}{13} = \frac{2,419}{13} = 0,186 \text{ руб, где} \quad (49.1)$$

Сред. МЗ – Сред. Материальные затраты на 1 руб. Выручки.

На основании анализа коэффициента корреляции можно сделать вывод, что материальные затраты переменные и определить сумму материальных затрат на 1 рубль выручки. Рассчитанный показатель материальных затрат на рубль выручки будет использован в дальнейшем для планирования материальных затрат на будущий период.

Таблиц 18 – Расчет зависимость материальных затрат, заработной платы, от выручки по вязаным вещам

| | | | | | | | |
|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| месяц | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| выручка | 367 390 | 328 139 | 363 267 | 326 480 | 193 449 | 176 587 | 298 865 |
| затраты на материалы | 28442 | 26 373 | 24 548 | 26 808 | 14 685 | 11 894 | 30 893 |
| затраты на заработной платы | 127477 | 130 320 | 104 130 | 96 658 | 49 547 | 52 612 | 125 482 |
| итоговая себестоимость | 155 919 | 156 693 | 128 678 | 123 466 | 64 232 | 64 506 | 156 375 |

Продолжение таблицы 18

| месяц | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
|-----------------------------|---------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| выручка | 235 836 | 755 301 | 1 014 168 | 1 198 114 | 1 438 567 | 1 382 463 |
| затраты на материалы | 17 441 | 46 408 | 92 782 | 98 036 | 105 896 | 129 752 |
| затраты на заработную платы | 76 760 | 205 175 | 255 455 | 359 790 | 367 439 | 465 347 |
| итоговая себестоимость | 94 201 | 251 583 | 348 237 | 457 826 | 473 335 | 595 099 |

Таблица 19 – Определение коэффициент корреляции по шитым вещам показал следующие показатели

| | |
|--|------|
| затраты на материалы (коэффициент корреляции) | 0,98 |
| затраты на заработную плату (коэффициент корреляции) | 0,97 |

$$\text{Сред. МЗ} = \frac{\text{сумма за 13 месяцев}}{13} = \frac{1.030}{13} = 0,079 \text{ руб, где} \quad (49.2)$$

Сред. МЗ – Сред. Материальные затраты на 1 руб. Выручки.

Таблица 20 – Норма коэффициента корреляции

| Значение | Интерпретация |
|---------------|---------------|
| от 0 до 0,3 | очень слабая |
| от 0,3 до 0,5 | слабая |
| от 0,5 до 0,7 | средняя |
| от 0,7 до 0,9 | высокая |
| от 0,9 до 1 | очень высокая |

Таким образом мы получили коэффициент корреляции по шитым и вязаным вещам, видим очень тесную связь, что можем сказать затраты на заработную плату и материалы являются переменными затратами. Однако, принимая во внимание, что в структуре затрат на заработную плату может быть постоянная часть, в следующем параграфе проведем анализ, позволяющий выделить постоянную и переменную составляющую в затратах на заработную плату.

3.2 Регрессионный анализ и формирования финансовой модели зависимости затрат от выручки

Для выделения постоянной и переменной составляющей из общих затрат на заработную плату по основным видам деятельности предприятия используем метод наименьших квадратов.

Переменная составляющая в данном методе определяется по следующей формуле: $V = \frac{(X - X_{ср}) * (Y - Y_{ср})}{(X - X_{ср})^2}$

Где V- переменная заработная плата на 1 рубль выручки предприятия.

Таблица 21 – метод наименьших квадратов для определения постоянных и переменных затрат по шитым вещам, руб.

| Месяц | выручка,руб | X-X _{ср.} | Затраты, | Y-Y _{ср.} | (X-X _{ср.}) ² | (X-X _{ср.})* (Y-Y _{ср.}) |
|----------|-------------|--------------------|-----------|--------------------|------------------------------------|---|
| | X | | Y | | | |
| Янв 2017 | 259 220 | (891 019) | 38 812 | (108 362) | 793 914 789 821 | 96 552 459 630 |
| Фев 2017 | 391 574 | (758 665) | 57 500 | (89 674) | 575 572 523 866 | 68 032 405 043 |
| Мар 2017 | 620 582 | (529 657) | 79 508 | (67 666) | 280 536 496 906 | 35 839 686 474 |
| Апр 2017 | 562 581 | (587 658) | 77 277 | (69 897) | 345 341 879 760 | 41 075 438 129 |
| Май 2017 | 473 118 | (677 121) | 62 710 | (84 464) | 458 492 796 555 | 57 192 240 723 |
| Июн 2017 | 955 444 | (194 795) | 148 903 | 1 729 | 37 945 077 041 | (336 830 457) |
| Июл 2017 | 1 203 322 | 53 083 | 196 069 | 48 895 | 2 817 808 972 | 2 595 503 332 |
| Авг 2017 | 1 104 811 | (45 428) | 169 749 | 22 575 | 2 063 699 690 | (1 025 543 221) |
| Сен 2017 | 1 479 395 | 329 156 | 167 872 | 20 698 | 108 343 368 500 | 6 812 747 397 |
| Окт 2017 | 1 477 220 | 326 981 | 148 197 | 1 023 | 106 916 599 513 | 334 551 907 |
| Ноя 2017 | 2 813 833 | 1 663 594 | 322 106 | 174 932 | 2 767 545 124 805 | 291 016 088 274 |
| Дек 2017 | 2 088 241 | 938 002 | 226 620 | 79 446 | 879 847 824 158 | 74 520 185 255 |
| Янв 2018 | 1 523 766 | 373 527 | 217 938 | 70 764 | 139 522 448 462 | 26 432 324 815 |
| Итого | 14 953 107 | | 1 913 260 | | 6 498 860 438 048 | 699 041 257 301 |
| Среднее | 1 150 239 | | 147 174 | | | |

$$V_{з/п} = \frac{699\,041\,257\,301}{6\,498\,860\,438\,048} = 0.11 \text{ руб./ рубль выручки} \quad (50.1)$$

Переменная заработная плата на 1 руб. выручки 0,11 руб. зарплаты на 1 руб. выручки

$$\text{Пост З/П} = \frac{147\,174}{(1\,150\,239 * 0,11)} = 23\,450 \text{ руб.}$$

Постоянная заработная плата за месяц 23 450 руб. в месяц.

Таблица 22 – метод наименьших квадратов для определения постоянных и переменных затрат по вязаным вещам

| Месяц | выручка,руб | X-Xср. | Затраты, | Y-Yср. | (X-Xср)2 | (X-Xср)* (Y-Yср.) |
|----------|-------------|-----------|-----------|-----------|-------------------|----------------------|
| | X | | Y | | | |
| Янв 2017 | 367 390 | (254 043) | 127477 | (58 384) | 64 537 728 598 | 14 832 013 497 |
| Фев 2017 | 328 139 | (293 294) | 130 320 | (55 541) | 86 021 235 070 | 16 289 806 676 |
| Мар 2017 | 363 267 | (258 166) | 104 130 | (81 731) | 66 649 564 403 | 21 100 126 626 |
| Апр 2017 | 326 480 | (294 953) | 96 658 | (89 203) | 86 997 136 077 | 26 310 649 185 |
| Май 2017 | 193 449 | (427 984) | 49 547 | (136 314) | 183 170 106 725 | 58 340 146 597 |
| Июн 2017 | 176 587 | (444 846) | 52 612 | (133 249) | 197 887 758 403 | 59 275 219 685 |
| Июл 2017 | 298 865 | (322 568) | 125 482 | (60 379) | 104 049 965 747 | 19 476 294 525 |
| Авг 2017 | 235 836 | (385 597) | 76 760 | (109 101) | 148 684 868 441 | 42 068 963 459 |
| Сен 2017 | 755 301 | 133 868 | 205 175 | 19 314 | 17 920 703 209 | 2 585 541 307 |
| Окт 2017 | 1 014 168 | 392 735 | 255 455 | 69 594 | 154 240 961 487 | 27 332 045 861 |
| Ноя 2017 | 1 198 114 | 576 681 | 359 790 | 173 929 | 332 561 241 922 | 100 301 634 147 |
| Дек 2017 | 1 438 567 | 817 134 | 367 439 | 181 578 | 667 708 351 095 | 148 373 662 211 |
| Янв 2018 | 1 382 463 | 761 030 | 465 347 | 279 486 | 579 167 012 145 | 212 697 353 618 |
| Итого | 8 078 626 | | 2 416 192 | | 2 689 596 633 320 | 748 983 457 393 |
| Среднее | 621 433 | | 185 861 | | | |

$$V_{3\Pi} = \frac{(X-X_{ср})*(Y-Y_{ср})}{(X-X_{ср})^2} = \frac{748\,983\,457\,393}{2\,689\,596\,633\,320} = 0.28 \text{ руб./1 руб. выручки} \quad (50.1)$$

переменная з\пл на 1 руб. выручки 0,28 руб. зарплаты на 1 руб. выручки

$$\text{пост } 3/\Pi = \frac{185\,861}{(621\,433*0,28)} = 12\,808 \text{ руб.}$$

Постоянная заработная плата за месяц 12 808 руб. в месяц.

Переменная часть заработной платы – это сдельная оплата труда, рассчитываемая исходя из произведенной продукции.

Постоянная часть заработной платы основных рабочих связана с единовременными выплатами стимулирующего характера, отпускными и прочими видами оплаты труда, не связанными непосредственно с производством продукции.

Таким образом мы определили постоянные и переменные затраты по двум видам производственной деятельности по методам наименьших квадратов.

3.3 Анализ структуры непроизводственных затрат предприятия и планирование на 2018 г.

Непроизводственные издержки — это расходы компании, которые не связаны непосредственно с процессом производства (например, расходы на электричество, телефонную связь, различные налоги и т. д.). Опытный бизнесмен точно знает, что первыми шагами на пути к успешности его бизнеса будут действия по сохранению непроизводственных расходов на должном уровне.

Таблица 23 – Классификация элементов затрат на предприятии

| виды расходов | Сумма за период 2017г | постоянный/переменный | Сумма за период 2018г |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Административные расходы: | 2 672 540 | | 3 037 002 |
| Аренда | 364 462 | постоянный | 728 924 |
| Зарплата | 2031138 | постоянный | 2031138 |
| Дизайнер | 244 540 | постоянный | 244 540 |
| Бухгалтерское обслуживание | 32 400 | постоянный | 32 400 |
| Коммерческие расходы: | 4 181 842 | | 5 049 093 |
| Упаковка | 110 281 | переменный | 220 562 |
| Реклама | 1366713 | постоянный | 1366713 |
| Доставка | 756 970 | переменный | 1513940 |
| прочие(юрид,банк) | 282 723 | постоянный | 282 723 |
| коммиссия платежных систем банка | 111 757 | постоянный | 111 757 |
| Командировки | 1003780 | постоянный | 1003780 |
| представительские | 313 748 | постоянный | 313 748 |
| Телефон+Интернет+IT | 43 375 | постоянный | 43 375 |
| Бензин | 50 595 | постоянный | 50 595 |
| Обучение | 141 900 | постоянный | 141 900 |

Таблица 24 – Анализ непроизводственных затрат

| виды расходов | Сумма за период 2017г | Сумма за период 2018г | Изменение доля в % |
|---------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| Административные расходы: | 2 672 540 | 3 037 002 | +13.63 |
| Коммерческие расходы: | 4 181 842 | 5 049 093 | +20.73 |

При планировании непроизводственных затрат на 2018 год были

учтены факторы, влияющие на увеличение как переменной , как постоянной части затрат.

Для определения суммы аренды было учтено, что предприятие дополнительно арендует производственное помещение такой же площадью как уже занимаемое в том же здании, следовательно , арендные платежи увеличатся в 2 раза по сравнению с 2017 г.

3.4 Планирование финансовых показателей на 2018 год

При планировании по увеличению выручки в 2 раза в 2018 году будут увеличиваться переменные затраты, такие как:

- Материалы
- Заработная плата (производственные)

расчет плановой валовой прибыли по шитым изделиям на 2018 г.

$$\text{пл.выр} = 14\,953\,107 * 2 = 29\,906\,214 \text{ (примерно } 30\,000\,000) \text{ руб. где}$$

$$\text{Тс\textsubscript{мат}} = 0,186 * 30\,000\,000 = 5\,580\,000 \text{ руб. где}$$

$$\text{ТсЗ/П} = 0,11 * 30\,000\,000 + (23\,450 * 12) = 3\,581\,400 \text{ руб. где}$$

$$\text{пл.вал.пр} = 30\,000\,000 - 5\,580\,000 - 3\,581\,400 = 20\,838\,600 \text{руб. где}$$

Пл.выр – плановая выручка.

Тс\textsubscript{мат} – плановые материальные затраты.

ТсЗ/П – плановая заработная плата.

пл.вал.пр – плановая валовая прибыль

Таблица 25 – Плановые показатели по шитым изделиям на 2018 год. руб

| Наименование показателя | Сумма, руб. |
|---------------------------------|-------------|
| плановая выручка по шитым вещам | 30 000 000 |
| плановые материальные затраты | 5 580 000 |
| плановая заработная плата | 3 581 400 |
| плановая валовая прибыль | 20 838 600 |

расчет плановой валовой прибыли по вязаным изделиям на 2018 г.

$$\text{пл.выр} = 8\,078\,626 * 2 = 16\,157\,252 \text{ (возьмем } 16\,000\,000) \text{ руб. где}$$

$$T_{\text{смат}} = 0,079 * 16\,000\,000 = 1\,264\,000 \text{ руб. где}$$

$$T_{\text{сЗ/П}} = 0,28 * 16\,000\,000 + (12\,808 * 12) = 4\,633\,600 \text{ руб. где}$$

$$\text{пл.вал.пр} = 16\,000\,000 - 1\,264\,000 - 4\,633\,696 = 10\,102\,400 \text{ руб. где}$$

Пл.выр – плановая выручка.

T_{смат} – плановые материальные затраты.

T_{сЗ/П} – плановая заработная плата.

пл.вал.пр – плановая валовая прибыль

Таблица 26 – Плановые показатели по вязаным изделиям на 2018 год, руб.

| | |
|-----------------------------------|------------|
| плановая выручка по вязаным вещам | 16 000 000 |
| плановые материальные затраты | 1 264 000 |
| плановые заработные платы | 4 633 600 |
| плановая валовая прибыль | 10 102 400 |

Для анализа, сложена плановая сумма шитых и вязаных вещей, которые будем делать сравнительный анализ с показателями 2017 года.

Таблица 27 – Плановые показатели по основным видам деятельности на 2018 год, руб.

| | |
|-----------------------------------|------------|
| плановая выручка по вязаным вещам | 46 000 000 |
| плановые материальные затраты | 6 844 000 |
| плановые заработные платы | 8 215 000 |
| плановая валовая прибыль | 30 941 000 |

Для сравнения показатели, составлена таблица отчет о прибылях и убытках за 2017 и 2018 год.

Таблица 28 – Сравнение показатели 2017 и 2018 года, руб

| | за 2017 год | доля в % | за 2018 год | доля в %: |
|--------------------------------|-------------|----------|-------------|-----------|
| Общая Выручка | 23 653 213 | 100% | 46 000 000 | 100% |
| Общая Себестоимость | 7 982 506 | 34% | 15 059 000 | 32,7% |
| Общая валовая прибыль | 15 636 727 | 66% | 30 941 000 | 67,3% |
| Общая коммерческие расходы | 2 672 540 | 12,0% | 3 037 002 | 4,6% |
| Общая административные расходы | 4 181 842 | 18,9% | 5 049 093 | 11,9% |
| Операционная прибыль | 8 782 345 | 37,1% | 22 854 905 | 49,7% |
| проценты по кредитам | 1 236 070 | 5,2% | 1 236 070 | 2,7% |
| прибыль до налогообложения | 7 546 275 | 31,9% | 21 618 835 | 47,0% |
| налоги | 196 062 | 0,8% | 972 847 | 2,1% |
| чистая прибыль | 7 350 213 | 31,1% | 20 645 987 | 44,8% |

Результат проведенного планирования показал очень хороший результат, при планировании увеличение выручки в два раза, некоторые виды затрат также увеличились. По сравнению доля себестоимости от выручки уменьшается 1,73% на 2018 год, так как себестоимость предприятия состоит из стоимости материала и заработной платой производственных рабочих, если объем увеличивается, предприятие только платит за объем произведенных продукции, а окладная часть заработной платы не меняется, чем и было вызвано снижение доли себестоимости. Доля коммерческих и административных расходов тоже снижаются, потому как постоянные затраты не зависят от объема выручки. На предприятии введена упрощенная система налогообложения (доходы минус расходы), использует льготную ставку 4,5% для производственных предприятий. По сравнению рентабельность чистой прибыли можем видеть за 2018 год коэффициент рентабельности увеличилась на 13,7%, это значит предприятия получит больше чистую прибыль в 2018 году.

ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту

| | |
|--------|------------------|
| Группа | ФИО |
| 3А4А | Бакытбек Касиету |

| | | | |
|--------------------------------|------------------------------------|--------------------|---------------------|
| Школа | Инженерного предпринимательства | Направление | 38.03.02 Менеджмент |
| Уровень образования | Бакалавриат | | |

| Исходные данные к разделу «Социальная ответственность» | |
|---|---|
| <p><i>1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, используемого оборудования) на предмет возникновения:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - вредных проявлений факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрация, электромагнитные поля, ионизирующие излучения) - опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы) - негативного воздействия на окружающую природную среду (атмосферу, гидросферу, литосферу) - чрезвычайных ситуаций (техногенного, стихийного, экологического и социального характера) | <p>Ежегодно обеспечивает спецодеждой во избежание телесных повреждений (порезов, проколов иглой и т.д.)</p> <p>Неприятные запахи - для этого предназначены вентиляционные устройства. Применяются меры по улучшению вентиляционных устройств. Несоблюдение техники безопасности.</p> <p>ООО «Рекгрупп» строго соблюдает требования охраны здоровья и безопасные условия труда</p> <p>Компания имеет швейный цех, офис и шоурум, расположенные в здании, где рабочие производят продукцию и осуществляется продажа. В цехе находится новейшее швейное оборудование.</p> <p>В компании не было выявлено никаких проявлений вредных факторов производственной среды.</p> |
| <p><i>2. Список законодательных и нормативных документов по теме</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> — должностной регламент — внутренние нормативные документы — инструкция по технике безопасности — инструкция по пожару безопасности |
| Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке | |
| <p><i>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы корпоративной культуры исследуемой организации; - системы организации труда и его безопасности; - развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; - системы социальных гарантий организации; | <p>Были анализированы внутренней и внешней социальной ответственности предприятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> — охрана здоровья и безопасные условия труда — своевременная выплата заработной платы — обучение персонала для повышения квалификации — программы для повышения |

| | |
|---|---|
| - оказание помощи работникам в критических ситуациях. | работоспособности и укрепления здоровья |
| 2. Анализ факторов внешней социальной ответственности: - содействие охране окружающей среды; - взаимодействие с местным сообществом и местной властью; спонсорство и корпоративная благотворительность; - ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров); -готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д. | Были анализированы внутренней и внешней социальной ответственности предприятия: — корпоративная благотворительность — социальная поддержка — обучение персонала — поддержка здоровья сотрудников |
| 3. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности: - анализ правовых норм трудового законодательства; - анализ специальных (характерные для исследуемой области деятельности) правовых и нормативных законодательных актов; - анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности. | — Правила внутреннего трудового распорядка; — Положение о порядке хранения персональных данных работника. — трудовой договор на каждого сотрудника; — должностная инструкция; — приказы о приеме, переводе, увольнении работника; — иные приказы руководителя организации; — график отпусков; |
| Перечень графического материала: | |
| При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательн одля специалистов и магистров) | — Таблица 4.1 Стейкхолдеры — таблица 4.2 Структура программ КСО — таблица 4.3 Затраты на мероприятия КСО |

| | |
|--|--|
| Дата выдачи задания для раздела по линейному графику | |
|--|--|

Задание выдал консультант:

| Должность | ФИО | Ученая степень, звание | Подпись | Дата |
|------------------------------------|--------------------------|------------------------|---------|------|
| Старший преподаватель ОСГН ШБИП | Феденкова Анна Сергеевна | | | |

Задание принял к исполнению студент:

| Группа | ФИО | Подпись | Дата |
|--------|-----------------|---------|------|
| 3А4А | Бакытбек Касиет | | |

4 Социальная ответственность ООО «Рекгрупп»

Наименование предприятия: швейное предприятия ООО «Рекгрупп».

Корпоративная социальная ответственность (далее КСО) – является международной бизнес-культурой, она появилась в сфере корпоративного управления в конце XX века. В современном мире КСО стал очень популярно в развитых странах. В развивающихся странах КСО как новая культура началась распространяться очень быстро. Сейчас КСО стал не делимой частью успешных компаний.

КСО – это система добровольного оказания помощи обществу, с целью улучшения и поддержания состояние общества окружающей среды в целом.

КСО предприятия – это совокупность принципов и обязательств, в части:

- соблюдение охраны труда
- защита окружающей среды
- поддержка благотворительности
- социальное обеспечение

ООО «Рекгрупп» является социально ответственным предприятием. Также ООО «Рекгрупп» ведёт экономическую и социальную поддержку в г. Томске. Помимо этого, компания ООО «Рекгрупп» обеспечивает для своих работников гарантированный социальный пакет и вкладывает огромные усилия по организации достойного условия труда на производстве для своих работников.

Так как ООО «Рекгрупп» является социально ориентированной компанией, предприятие придаёт огромное значение созданию безопасных условий труда для сотрудников, путём разработки и реализации комплексных мер по улучшению условий и охраны труда, также бытовых и санитарных условий на предприятии.

Одним из ключевых принципов корпоративной ответственности ООО «Рекгрупп» является ведение благотворительной практики, выраженной в поддержке практической деятельности социально-ориентированных некоммерческих организаций и направленной на улучшение социальной среды в регионе, укрепление общественной стабильности и развитие институтов гражданского общества. ООО «Рекгрупп» ежемесячно денежным средством помогает детскому дому, чтобы дети могли почувствовать любовь от добрых людей.

4.1 Определение стейкхолдеров предприятия ООО «Рекгрупп»

При оценке эффективности программ КСО одна из важнейших задач – это оценивание в соответствии программ КСО стейкхолдерами в предприятии.

Стейкхолдеры – это стороны, оказывающие прямое и косвенное влияние в деятельности предприятия.

Таблица 4.1- Стейкхолдеры предприятия

| Прямые стейкхолдеры | Косвенные стейкхолдеры |
|-----------------------|------------------------|
| Работники предприятия | Общество |
| Клиенты | Население |
| Поставщики | |
| Партнеры | |

Корпоративные социальные программы компании «Рекгрупп» направлены как на трудовой коллектив, так и на общество в целом.

К внешней социальной ответственности относятся:

- забота о клиентах - производство качественной и современной женской одежды на уровне мировых производителей.
- спонсорство и корпоративная благотворительность – предоставление товаров для проведения благотворительных акций.

- прозрачность и фискальная ответственность – регулярная своевременная подача полной и достоверной финансовой отчетности.

- взаимодействие с широкой общественностью через Интернет-ресурсы, с общественными организациями и профессиональными объединениями. Например, как страница ВК, официальный сайт и страница в инстаграмме.

К прямым стейкхолдерам относятся потребители или работники предприятия, поставщики, партнеры и т.д. А к косвенным стейкхолдерам относятся общество, население и т.д. Важное то, что для будущего компании важны как прямые, так и косвенные стейкхолдеры.

Основными потребителями являются женское население, возраст от 25 до 50 лет, работающие, которые могут позволить себе купить качественную одежду за приемлемую цену.

Сотрудники предприятия основном состоят из женщин, делится на две группы, офисные и производственные. Офисные сотрудники имеют высшее образование являются профессионалом своего дела. А производственные сотрудники работают в цеху, имеют техническое образование и огромного опыта, возраст которые от 25 до 50 лет.

Поставщиками являются Итальянские компании, которые известны всему миру.

Политика формирования и развития корпоративной социальной ответственности компании «Рекгрупп» направлена на достижение следующих результатов:

- роста производительности труда, формирование культуры труда;
- укрепление имиджа компании, забота о репутации;
- привлечение сотрудников высокой профессиональной квалификации;
- стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе.

Внутренняя социальная ответственность позволяет обеспечить выполнение обязательств перед персоналом - безопасные и комфортные условия работы, повышение уровня квалификации через обучающие программы, тренинги, семинары, содействие гармонизации социальной сферы и т.д.

Область корпоративной социальной ответственности ООО «Рекгрупп» состоит из шести принципов, которые определяют наши взаимоотношения с заинтересованными сторонами:

- установление привлекательных рабочих мест, обучение и развитие персонала
- приемлемые цены при высоком качестве продукции
- удовлетворение запросов покупателей
- ориентация на работу с поставщиками,
- забота об окружающей среде
- инвестиции в экономику регионов и поддержка местных сообществ
- Охрана труда и техника безопасности

4.2 Анализ факторов внутренней социальной ответственности

Установление привлекательных рабочих мест, обучение и развитие персонала

Мотивированный, доброжелательный и высоко квалифицированный персонал – это ценный ресурс для предприятия и основа ее успеха. Предприятие ООО «Рекгрупп» стремится предоставлять покупателям высочайший уровень обслуживания, тщательно подбирая персонал с нужными навыками и компетенциями. Важным элементом ООО «Рекгрупп» является принцип коллегиальности, предполагающий формирование командного духа, новаторства и доверия. Инвестиции в

развитие сотрудников предприятия снижают уровень текучести кадров и повышают производительность труда.

ООО «Рекгрупп» раз в год отправляет своего сотрудника на обучение новой техники пошива.

ООО «Рекгрупп» предлагает конкурентоспособную заработную плату и оформление добровольного медицинского страхования для всех работников после успешного прохождения испытательного срока. Всем сотрудникам выдают спецодежду и необходимые средства индивидуальной защиты.

Ориентация на работу с поставщиками

Товары поставщиков являются основой ассортимента предприятия ООО «Рекгрупп». Быстрое расширение торговой сети ООО «Рекгрупп» делает возможным закупаться большим ассортиментом товаров и услуг поставщиков. Этот подход основывается на взаимной выгоде: отвечает интересам поставщиков и позволяет увеличивать ассортимент товаров и уменьшить расходы на логистику. ООО «Рекгрупп» стремится укрепить партнерские отношения с поставщиками и использовать весь потенциал взаимовыгодного развития. Самые высокие в секторе розничной торговли темпы роста и постоянно растущие потребности ООО «Рекгрупп» дает возможность поставщикам увеличить производственную мощность [20].

4.3 Определение элементов программы КСО

Предлагаемые программы для сотрудников предприятия ООО «Рекгрупп»

Для улучшения работоспособности и здоровья сотрудников предприятия хотелось бы предложить предприятию четыре способа.

1. Всем штатным сотрудникам предоставлять льготное питание, для улучшения связи между сотрудниками, чтобы почувствовали коллективную любовь.

2. Ежедневно два часа раз заниматься гимнастикой для глаз, который

помогает снизить нагрузку и усталость сотрудников.

3 Ежедневно утром заниматься гимнастикой для повышения работоспособности сотрудников.

4 Чтобы обеспечить и поддержать безопасную среду для работников и клиентов предприятия. Предприятию может создать программу «Активная безопасность». Это программа состоит из учебных модулей которая способствует повышению безопасности клиентов и сотрудников, и обязательна для выполнения всеми работниками предприятия. В рамках этой программы директора магазинов проводят ежемесячные «проверки безопасности». Эта программа показывает возможные потенциальные риски для работников и клиентов предприятия, также дает возможность повысить бдительность персонала и проверить магазины на наличие необходимых средств защиты. Качество и безопасность также являются важными требованиями при отборе поставщиков, в связи с чем проводятся систематические проверки производственных процессов не только во владении предприятия, но и на объектах поставщиков.

Анализ факторов внешней социальной ответственности

Приемлемые цены и удовлетворение запросов покупателей

Суть основного ценового предложения ООО «Рекгрупп» покупателям – оптимальное соотношение цены и качества. ООО «Рекгрупп» предлагает широкий ассортимент товаров по привлекательным ценам и стремится стать конкурентоспособным по всем показателям – качество и наличие товаров, уровень обслуживания и удобное осуществление покупок. Уровень сервиса ООО «Рекгрупп», который поддерживается работниками предприятия, в большой степени указывает уровень удовлетворенности клиентов, поэтому весь персонал магазинов постоянно учится взаимодействовать с клиентами и обеспечивать высокие стандарты обслуживания.

Широкая клиентская база ООО «Рекгрупп» дает возможность отслеживать модели покупательского поведения и анализировать

меняющиеся предпочтения. Полученные данные, а также информация, собранная в рамках программы лояльности и проведения опросов клиентов, используются ООО «Рекгрупп», чтобы принять обоснованные решения по ассортименту товаров и ценам. Карта постоянного покупателя ООО «Рекгрупп» гарантирует скидку в 10% на все покупки. Также ООО «Рекгрупп» предоставляет наиболее нуждающимся гражданам социальную карту, которая дает бонусные скидки от 7% до 10% на определенные товары.

Забота об окружающей среде

ООО «Рекгрупп» занимает место в социально-экономической жизни местных сообществ и осознает ответственность перед ними, а также за состояние окружающей среды, где находится предприятие. ООО «Рекгрупп» стремится минимизировать любое негативное воздействие на экологию во всех аспектах деятельности предприятия – будь то использование сырья, потребление энергии, транспортировка товаров или утилизация отходов. Компания следует федеральному и региональному законодательству, который относится к деятельности предприятия. Для строительства новых магазинов проводится оценка воздействия на окружающую среду для планируемых объектов. Во всех существенных аспектах ООО «Рекгрупп» следует природоохранным нормам, применимые к деятельности предприятия согласно российским законодательным и нормативным актам.

Инвестиции и поддержка местных сообществ

ООО «Рекгрупп» стремится иметь активную роль в жизни сообществ, где ведется деятельность предприятия, не только за счет создания рабочих мест и сотрудничества с поставщиками, но и предоставлением финансовой и материальной помощи местным благотворительным организациям. Открытие каждого нового магазина торговой сети ООО «Рекгрупп» определенно будет приносить пользу экономике соответствующего региона. Каждый магазин ООО «Рекгрупп» создаст большие возможности трудоустройства для

местного населения для того, чтобы эксплуатировать один магазин сети ООО «Рекгрупп» нанимается до 10 сотрудников. Предприятие активно инвестирует для развития местной инфраструктуры. Эта работа ведется вместе с региональными органами власти для укрепления сотрудничества в социально-экономической сфере. Повышение информированности наших клиентов и работников в области охраны окружающей среды также является важной задачей компании в области КСО. Структура программ КСО ООО «Рекгрупп» представлена в таблице 4.2.

Таблица 4.2 – Структура программ КСО

| наименование мероприятия | Элемент | Стейкхолдеры | Сроки реализации мероприятия | Ожидаемый результат |
|-------------------------------------|---|--|--------------------------------|--|
| Экзамен по охране труда | Безопасность труда | Персонал: сотрудники, руководители | каждые три месяца | все сотрудники знают правила охраны труда и безопасности |
| дополнительные премии | поддержание социальной значимости заработной платы | Персонал: сотрудники, руководители | 1 раз в год каждому сотруднику | сотрудники должны быть удовлетворены заработной платой |
| Заключение договоров страхования | дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников | Персонал: сотрудники, руководители | 1 раз в год | Сотрудники будут иметь страховку |
| Стажировка сотрудников | развития персонала, | Персонал: сотрудники, руководители | 2 раза в год | повышение квалификации персонала |
| Заключения договора на вывоз мусора | Охрана окружающей среды | Общество и общественные организации, органы власти | 1 раз в 3 года | чистота на территории предприятия |
| Благотворительная акция | Благотворительность | Общество и общественные организации | 1 раз в год | Благотворительная помощь |

4.4 Определение затрат на программу

В таблице 4.3 представлены основные затраты предприятия ООО «Рекгрупп» на корпоративную социальную ответственность.

Таблица 4.3 – Затраты на мероприятия КСО

| № | Мероприятие | Единица измерения | Цена | Стоимость реализации на планируемый период, руб. |
|----|---|-------------------|---------|--|
| 1 | Безопасность труда | рубль | 30 000 | 30 000 |
| 2 | Поддержание социальной значимости заработной платы | рубль | 10 000 | 10 000 |
| 3. | Дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников | рубль | 20 000 | 20 000 |
| 4. | Развитие персонала | рубль | 120 000 | 120 000 |
| 5. | Пакет социальных услуг: | рубль | 20 000 | 20 000 |
| 6. | Охрана окружающей среды | рубль | 10 000 | 10 000 |
| 7. | Благотворительность | рубль | 20 000 | 20 000 |
| 8. | Спонсорство | рубль | 20 000 | 20 000 |
| | ИТОГО: | рубль | 250 000 | 250 000 |

4.5 Ожидаемая эффективность программы КСО

Итак, в результате сделаем общий вывод относительно эффективности программ КСО предприятия:

- 1) программы КСО соответствует целям и стратегии предприятия ООО «Рекгрупп»;
- 2) в ООО «Рекгрупп» преобладает внешняя КСО;
- 3) программы КСО отвечают интересам стейкхолдеров.

В результате можно сделать вывод о том, что мероприятия КСО, реализуемые предприятием ООО «Рекгрупп» целесообразны и полностью соответствуют ожиданиям всех стейкхолдеров.

Заключение

Прибыль предприятия – главный фактор, стимулирующий развитие предприятия. Прибыль как финансовый результат предприятия отражает конечный результат деятельности за определенный период.

В бухгалтерском учете выделяет несколько видов прибыли как: валовая прибыль, операционная прибыль (прибыль от продаж), прибыль до налогообложения, чистая прибыль, каждый из этих видов прибыли имеет разное значение. показатели прибыли дают возможность рассчитать финансовое состояние предприятия.

Рентабельность прибыли – показатель, позволяющий оценить эффективность работы предприятия, четко показывает финансовый результат в процентах.

Во втором разделе проанализировано финансовое состояние ООО «Рекгрупп». По результатам анализа можно сказать предприятие не имеет достаточно устойчивое финансовое состояние, так как показатели устойчивости не в пределах нормы.

Баланс предприятия недостаточно ликвиден, так как предприятие очень сильно зависит от внешних источников (кредит).

Приведенный сегментный анализа для сравнения основных видов деятельности предприятия показал, что клиенты в всех сезонах больше всего покупают шитых вещей, а вязаных вещей клиенты больше покупать в зимой. Эти два вида продукции являются основными видами деятельности

Результат, проведенного финансового анализа показал, что предприятие является рентабельным, эффективность реализации продукции высокая, для начинающего предприятия является хорошим началом.

Предприятие развивается быстрыми темпами несмотря на большую сумму кредита, предприятие имеет высокую рентабельности. Предприятие ежемесячно вовремя покрывало свои обязательства, при этом увеличил объем продаж, получила каждом месяце больше прибыль.

В третьем разделе на основе полученных данных, произведено планирование выручки на 2018 год с помощью маржинального анализа, разработан метод для планирования прибыли в зависимости с увеличением выручки.

План на следующий период показал, что при увеличении выручки в два раза, увеличится чистая прибыль в 2,8 раза по сравнению с 2017 г, себестоимость увеличится в 1,88 раза.

Для увеличения прибыли предприятию необходимо:

- повысить эффективности производства (заказ)
- улучшить качество обслуживания

Также была рассмотрена социальная ответственность предприятия ООО «Рекгрупп», определены программы социальной ответственности и затраты.

Список использованных источников

1. Ковалев, В.В., Ковалев В.В. Корпоративные финансы и учет: понятия, алгоритмы, показатели / В.В. Ковалев, В.В. Ковалев.— М.: Проспект, 2014.— 880 с.
2. Библиотекарь.ру [Электронный ресурс] / электронная библиотека – Электрон. дан. URL: <http://www.bibliotekar.ru/>, свободный (дата обращения: 08.05.2016)
3. Экономика фирмы : учебник и практикум для бакалавров /М.С. Мокий, О.В.Азоева, В.С. Ивановский; под ред. М.С. Мокия.-М.: Издательство Юрайт, 2012.-335с.
4. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: надежная правовая поддержка– Электрон. дан. URL: <http://www.consultant.ru//>, свободный (дата обращения: 08.06.2016)
5. Т.И. Юркова, С.В. Юрков Экономика предприятия: виды прибыли / Электронные учебник
6. Гладковская Е. Н. Финансы: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2012. – 320 с.: ил.
7. Официальный сайт [Электронный ресурс] / ООО «Рекгрупп» Daisy / URL: <http://daisy-knitwear.com/> Свободный доступ (Дата обращения 05.05.2018.)
8. Бланк И. А. Финансовый менеджмент: Учебный курс. – М.: НикаЦентр, 2009. – 528 с.
9. Финансовый менеджмент [Электронный ресурс] / методическое указание; Жданова А.Б – 2016 URL:[://stud.lms.tpu.ru](http://stud.lms.tpu.ru). - 18 с
10. Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих [Электронный ресурс]/ КонсультантаПлюс;–

URL:http://consultant.ru/document/cons_doc_LAW_97378/, свободный доступ.

Дата обращения: 07.05.2018 г

11. Чараева М. В. Основные направления повышения рентабельности промышленных предприятий в России / Чараева М. В. / Журнал Вестник Пермского университета. – 2012. – Вып. 4 (15). – 39 с

12. Жданова А.Б. Финансовый анализ и планирование на предприятии: метод. указ. 080200 «Менеджмент», 38.03.02 «Менеджмент» / Баннова К.А., Рахимов Т.Р.; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2015. – 42 с

13. Бухгалтерская отчетность предприятия Общество с ограниченной ответственностью "Рекгрупп" Баланс предприятия за 2016-2017 г [Электронный ресурс]: excel. – почта / URL: gmail.com (дата обращения: 25.04.2018

14. Бухгалтерская отчетность предприятия Общество с ограниченной ответственностью "Рекгрупп" отчет о прибылях и убытках предприятия за 2017 г [Электронный ресурс]: excel. – почта / URL: gmail.com (дата обращения: 27.04.2018

15. Жданова А. Б. Учет и анализ: Методические указания к Индивидуальному домашнему заданию № 6 «Финансовый анализ» направления 38.03.02 «Менеджмент»/ А.Б. Жданова. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2013. – 12 с

16. Громова Т. В. / [Электронный ресурс] / Статистика: Методическое указание / общая теория статистики URL: portal.tpu.ru свободный доступ 98с

17. Л. П. Кирпичникова / экономика организации, Учебное пособие / [Электронный ресурс] / URL: https://www.irgups.ru/sites/default/files/zabizht/Metod_VO/metod_e.pdf // свободный доступ / дата обращение 10.05.2018 166с

18. Уравнение Дюпон / [Электронный ресурс] Википедия URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> свободный доступ / Дата обращения 15.05.2018

19. Учебно-методический комплекс: [Электронный ресурс] учебное пособие / Казахский университет экономики, финансов и международной торговли Кафедра «Учет и аудит» URL: [//Rar\\$DIa4676.31611/StudentBank.ru_62552.pdf](http://Rar$DIa4676.31611/StudentBank.ru_62552.pdf) свободный доступ. дата обращения 15.05.2018

20. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие / Н.В.Черепанова; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2012. – 94 с

Приложение А Бухгалтерский баланс ООО «Рекгрупп»

| | на 31 декабря 2017 г. | на 31 декабря 2016 г. |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Наименование показателя | Сумма руб | Сумма руб |
| АКТИВ | | |
| Материальные внеоборотные активы | 14 500 000 | |
| недвижимость | 12 000 000 | |
| оборудование | 2 500 000 | |
| Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы | | |
| Запасы, в том числе: | 3 270 580 | 1 156 437 |
| материалы | 2 550 000 | 450 000 |
| готовая продукция | 720 580 | 706 437 |
| Денежные средства и денежные эквиваленты | 220 000 | 830 000 |
| Финансовые и другие оборотные активы ^б | | |
| БАЛАНС | 17 990 580 | 1 986 437 |
| ПАССИВ | | |
| Капитал и резервы ¹⁰ | 5 251 980 | 1 125 377 |
| Долгосрочные заемные средства | 10 000 000 | |
| Другие долгосрочные обязательства | | |
| Краткосрочные заемные средства | 2 590 000 | 741 000 |
| Кредиторская задолженность | 148 600 | 120 060 |
| Другие краткосрочные обязательства | | |
| БАЛАНС | 17 990 580 | 1 986 437 |

Приложение Б Отчет о прибылях и убытках ООО «Рекгрупп»

| | Янв2017 | Фев2017 | Мар2017 | Апр2017 | Май2017 | Июн2017 | Июл2017 | Авг2017 | Сен2017 | Окт2017 | Ноя2017 | Дек2017 |
|-------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Общая выручка | 829012 | 790344 | 1830272 | 1183084 | 1065149 | 1286995 | 1643599 | 1650888 | 2665441 | 2977681 | 4208699 | 3522050 |
| Общая Себестоимость | 298896 | 375415 | 755767 | 426866 | 351039 | 415110 | 629661 | 576005 | 823199 | 915065 | 1379839 | 1035645 |
| Общая валовая прибыль | 530116 | 414929 | 1074505 | 756218 | 714110 | 871885 | 1013938 | 1074883 | 1842242 | 2062616 | 2794880 | 2486405 |
| Административные расходы: | 97731 | 182096 | 111008 | 136886 | 168015 | 149961 | 137755 | 181305 | 202478 | 272426 | 380731 | 652148 |
| Коммерческие расходы: | 255056 | 244901 | 428233 | 323265 | 227936 | 333525 | 250908 | 273023 | 263762 | 504738 | 533530 | 542965 |
| Операционные прибыли | 177329 | -12068 | 535264 | 296067 | 318159 | 388399 | 625275 | 620555 | 1376002 | 1285452 | 1880618 | 1291292 |
| проценты по кредитам | 10360 | 13810 | 15288 | 14795 | 141514 | 149795 | 150288 | 150287 | 146096 | 146466 | 146096 | 151274 |
| прибыль до налогообложения | 166969 | -25878 | 519976 | 281272 | 176645 | 238604 | 474987 | 470268 | 1229906 | 1138986 | 1734522 | 1140018 |
| Налоги | | | 11360 | 2840 | | | | | | 24256 | 18140 | 139466 |
| Чистые прибыли | 166969 | -25878 | 508616 | 278432 | 176645 | 238604 | 474987 | 470268 | 1229906 | 1114730 | 1716382 | 1000552 |